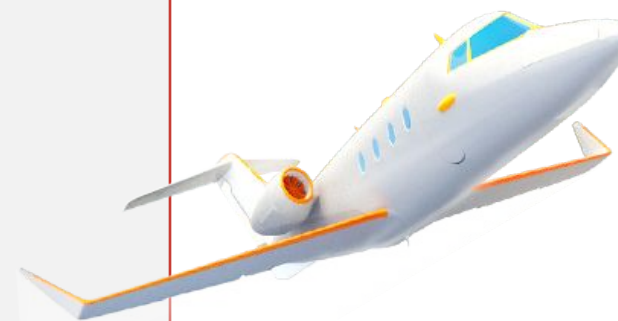


WYNIKI FINANSOWE  
Q1 2021

**BOOMBIT**



Maj 2021

# Q1 2021 Podsumowanie.

- Koncentracja na grach Hyper-Casual
- Sukces Shoe Race, rozwój działalności wydawniczej
- Dobre wyniki Hunt Royale



**43,5 mln**  
Pobrań

**BOOMBIT**



PLN  
**43,5 mln**

Rekordowe przychody z gier\*



PLN  
**3,9 mln**

Zysk netto

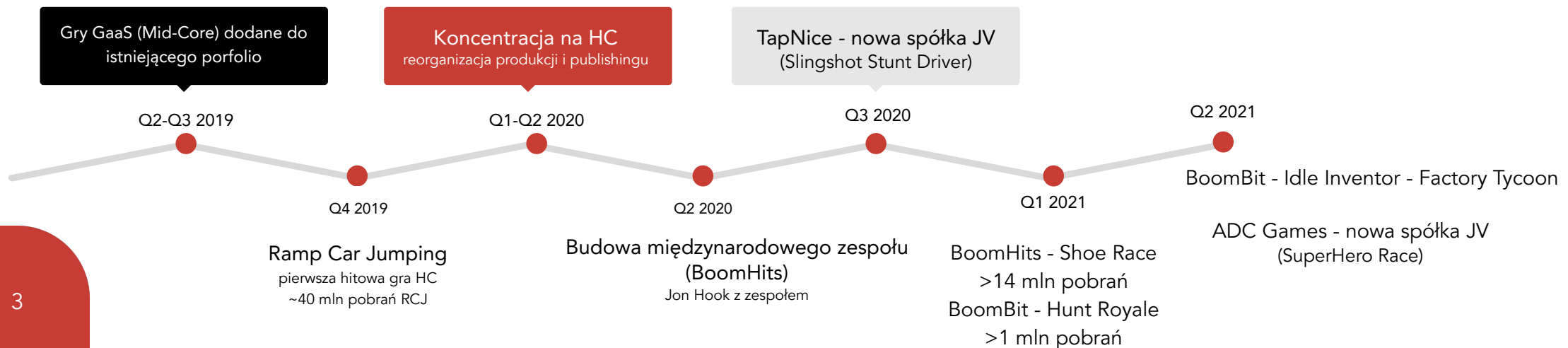
\*Prezentowane przychody zawierają wartości z fazy soft launch, które zgodnie z zasadami rachunkowości w Grupie są kapitalizowane jako nakłady na prace rozwojowe

# BoomBit.

- jedna z najszybciej rosnących spółek produkujących gry mobilne
- koncentracja na produkcji i wydawaniu gier
- ponad 10 lat działalności w segmencie free-to-play
- globalna rozpoznawalność, silna pozycja w USA, Wielkiej Brytanii i Polsce
- kilka spółek zależnych w ramach Grupy, w tym BoomHits, TapNice
- ponad 200 pracowników na całym świecie



## Strategia skalowania biznesu



**BOOMBIT** O Grupie.





# Silny międzynarodowy zespół.

## Wewnętrzne studia deweloperskie.

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

## Dział wydawniczy (external publishing).

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.



## Produkcja gier.

- Grupa BoomBit jest producentem i wydawcą specjalizującym się w grach Hyper-Casual, Mid-Core i Driving Simulator na urządzenia mobilne oraz Nintendo Switch.
- Gry są publikowane w modelu free-to-play i mogą być pobierane na całym świecie.



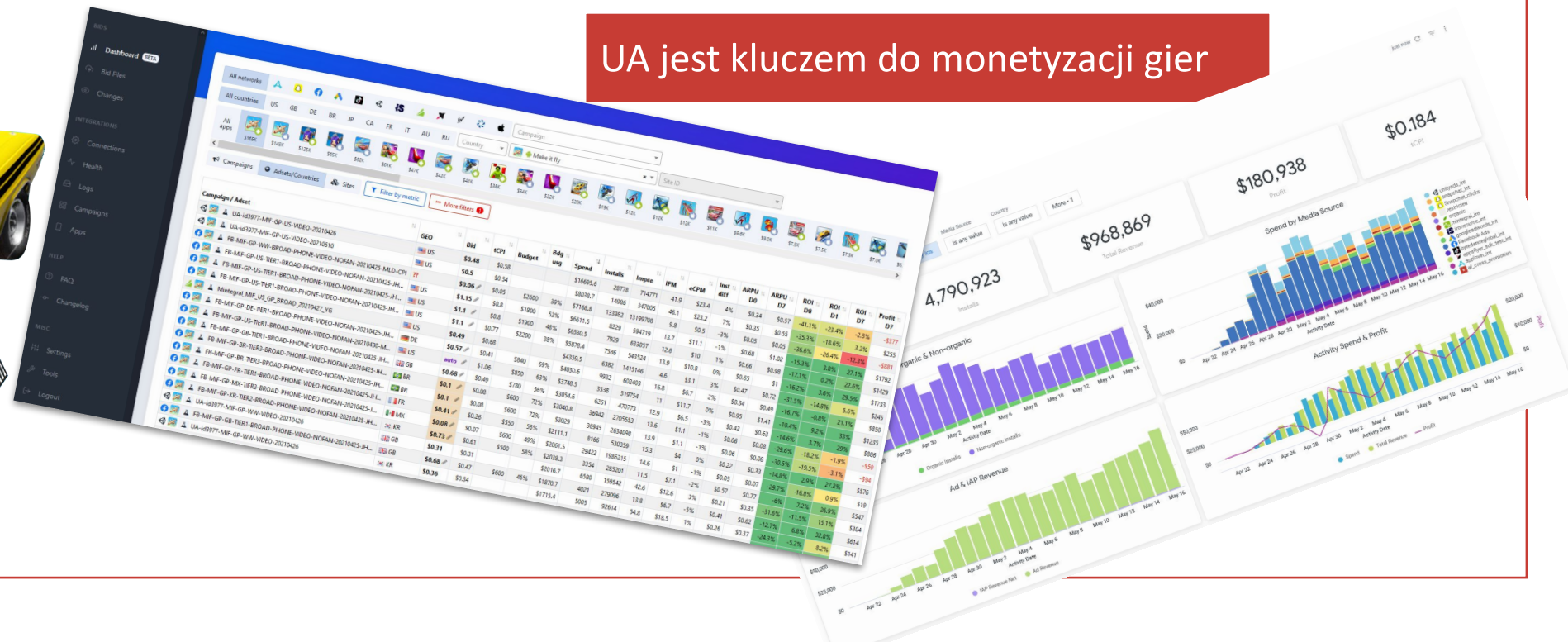
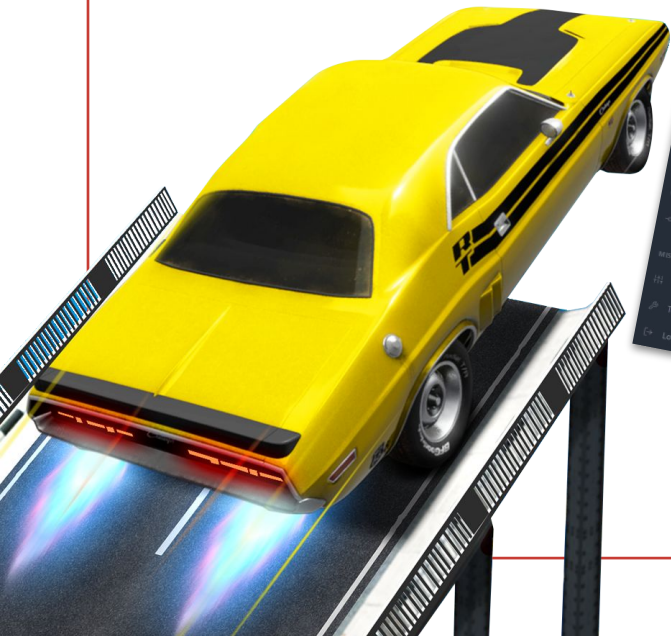
Grupa wydała setki gier, które zostały pobrane ponad 900 mln razy.

# User Acquisition.

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

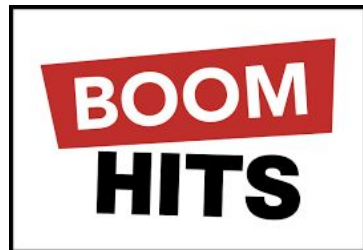
- Wydatki na UA muszą generować zwrot na danej grze.
- Różne źródła UA mają różne koszty i jakość pozyskanych graczy.
- BoomBit koncentruje się na maksymalizacji zwrotu z gier, a nie liczby pobrań, czy pozycji w rankingach

UA jest kluczem do monetyzacji gier





## Działalność wydawnicza.



# 15-20

zewewnętrznych studiów  
(m.in z Wielkiej Brytanii, USA,  
Francji, Rosji, Ukrainy, Korei  
Południowej, Turcji i Indii)



### Efektywny model współpracy:

- doświadczone studia z hitowymi grami (>20mln pobrań)
- nowe studia na okresach próbnych bez wyłączności

# Joint Ventures.

BoomBit współpracuje z zewnętrznymi deweloperami na zasadach JV.

- TapNice: Slingshot Stunt Driver i Make It Fly stworzone przez to studio we współpracy z BoomBit.
- ADC Games jest jednym z czołowych studiów Hyper-Casual w Wielkiej Brytanii



Hyper Roller Coaster

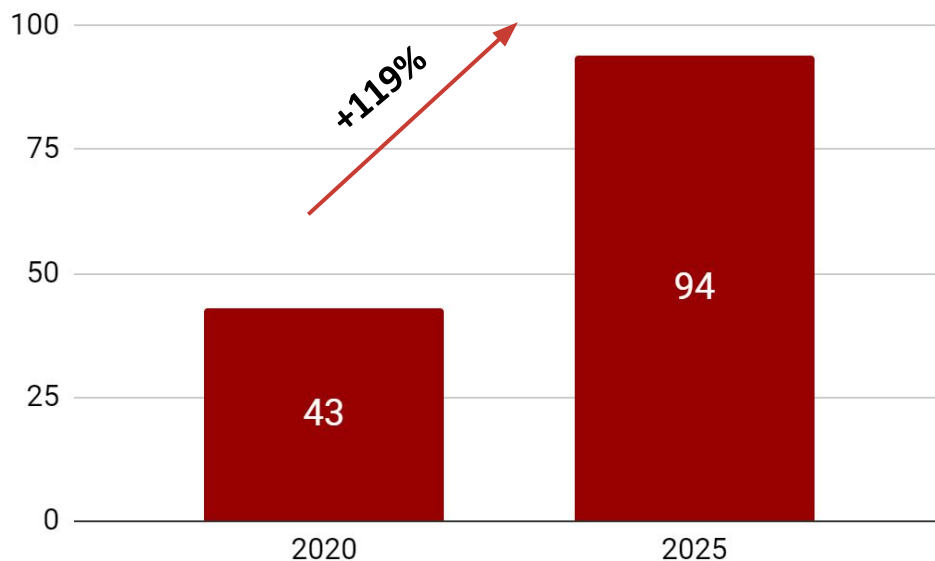


SuperHero Race

# Perspektywy rynkowe gier mobilnych.

- Rynek gier mobilnych jest w fazie wzrostu
- HC jest najszybciej rosnącym segmentem gier mobilnych
- Oczekiwany wzrost przychodów z reklam w grach o 119% do 2025 r.

Przychody z reklam w grach mobilnych (mld USD)



- Transakcje M&A w grach mobilnych
  - Rekordowa liczba transakcji w 2020 roku
  - ok. 40 transakcji o łącznej wartości 21,2 mld USD
  - Wybrane transakcje:

<b>Voodoo</b>	→	<b>Tencent</b> 腾讯	mniejszościowy udział z wyceną 1,4 mld USD
<b>Hutch</b>	→	<b>MTG</b>	375 mln USD
<b>follic</b>	→	<b>zynga</b>	80% z wyceną 200 mln USD
<b>KOLIBRI Games</b>	→	<b>UBISOFT</b>	75% z wyceną 195 mln USD

## Global Gaming Index:

- 6,0x mnożnik przychodów
- 23,5x mnożnik EBITDA

## Zmiana w reklamach mobilnych - ATT Rate.

- ATT jest zmianą w polityce prywatności i zbierania danych Apple. Zmiana wymaga aby reklamodawcy uzyskali zgodę użytkowników na śledzenie ich zachowań w aplikacji
- **Wskaźnik wdrożenia iOS 14.5 - GLOBALNIE 13% - USA 14%**
- **Wskaźnik ATT OPT-IN dla gier w USA - ŚREDNIO 29% vs BOOMBIT 34%**
- BoomBit jest przygotowany na zmiany:
  - Algorytmy licytujące i modele dochodowości przygotowane do nowego otoczenia
  - Testowanie okienek informujących o zmianach (pop-upy)
  - Prośby o zgody są dostosowane do kraju użytkownika

Wskaźnik ATT OPT-IN w USA

29% vs 34%



BOOMBIT



**BOOMBIT**

Rodzaje gier



# Gry Hyper-Casual.

Produkcja: 1-3 miesiące

Czas życia: 3-24+ miesiące

Monetyzacja: Głównie poprzez reklamy

Najszybciej rosnący rodzaj gier  
w segmencie mobilnym

11,9 mld pobrań w 2020 r.  
(+57% r/r)

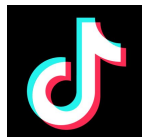
119% prognozowany wzrost  
przychodów  
reklamowych do 2025 r.

20% graczy nie grała  
wcześniej w gry

Pozyskanie użytkowników:

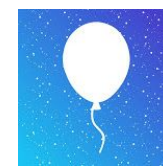
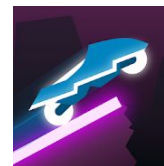
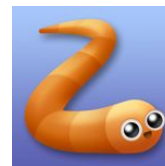


YouTube



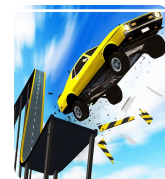
Przykłady aktywnych gier HC o długim cyklu życia:

- Slither.io: 5 lat
- Rider: 3 lata
- Rise up: 2,5 lat



Przykłady gier HC BoomBit o długim cyklu życia:

- Ramp Car Jump: 1,5 roku
- Bike Jump: 10 miesięcy
- Slingshot Stunt Driver: 9 miesięcy



Top 10 gier iOS w USA:  
60% Hyper-Casual

Free

- 1 Like A Giraffe!  
Hyunjoong Kim
- 2 Exposed - Who's Most Likely To  
vysgames
- 3 Roblox  
Roblox
- 4 MHA: The Strongest Hero  
Sony Pictures Television
- 5 Body Race  
Gismart
- 6 Subway Surfers  
Sybo
- 7 Tap Away 3D  
Popcore
- 8 Bounce and collect  
Voodoo
- 9 Project Makeover  
Magic Tavern
- 10 Paper Fold  
Good Job Games

# Proces wydawniczy gier HC.

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

pomysły  
Zespoły wewnętrzne  
Zewnętrzne studia



prototypy gier



rozwój gier



Skalowanie UA



Zysk

Testy

- System monitorowania KPI: testy (CTR, CPI, retencja, monetyzacja)
- Szybka ewaluacja potencjału gier:
  - wyniki oceniany na każdym kroku
  - brak wydania w przypadku niepowodzenia

- Innowacyjne narzędzia UA, ML i BI
- Wyszczególniony zespół kreatywny
- Zdywersyfikowane platformy UA

- Rentowne UA
- Korzystne ROI
- Dla najlepszych studiów zewnętrzna potencjalna współpraca JV



# Gry Non-HC.

Grupa kontynuuje produkcję i wydawanie gier Mid-Core

Produkcja: 12-24 miesięcy

Długi czas życia: Ponad 3 lata

Monetyzacja: Hybrydowa: mikropłatności i reklamy

Zdywersyfikowane portfolio obejmuje też:

- Gry Driving Simulator
- Gry Bridge
- Gry Idle
- Gry na Nintendo Switch

## Hunt Royale

Hunt Royale wydane 21 Marca:

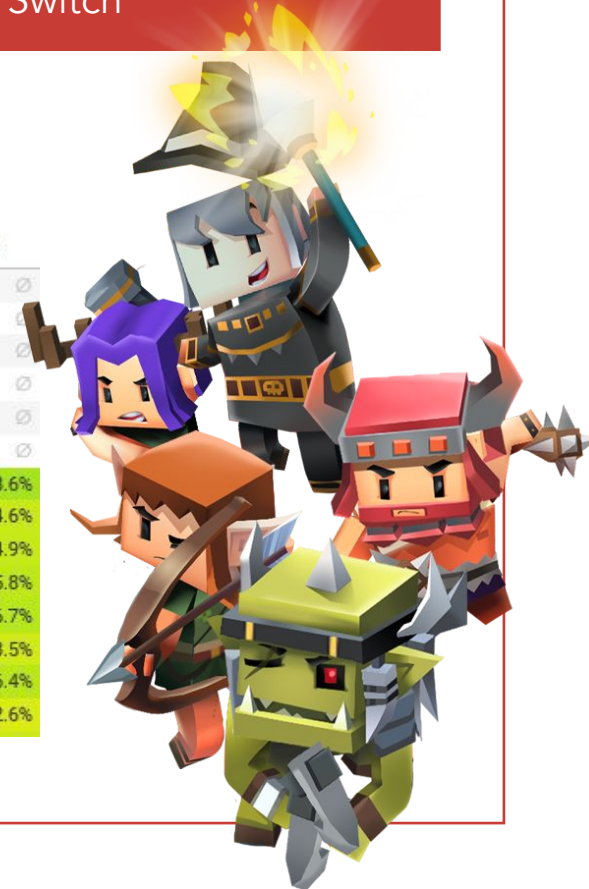
- Dobre KPI\*
- Retencja: D1~57%, D7~23%

Gra otrzymała feature w ponad 140 krajach w Apple App Store i ponad 170 krajach w Google Play.

>1 mln pobrań.

Retention by Cohort Day

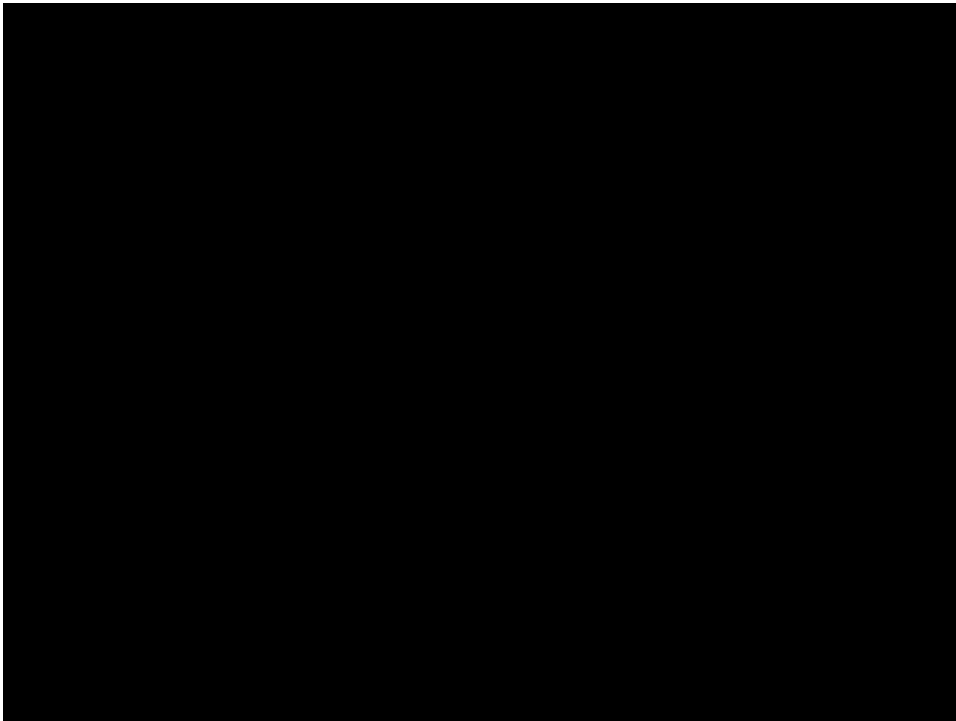
	Date	Ret D1	Ret D2	Ret D3	Ret D4	Ret D5	Ret D6	Ret D7
2	2021-05-22	61.0%	∅	∅	∅	∅	∅	∅
3	2021-05-21	56.6%	43.6%	∅	∅	∅	∅	∅
4	2021-05-20	55.2%	44.6%	34.8%	∅	∅	∅	∅
5	2021-05-19	53.9%	40.5%	37.3%	32.4%	∅	∅	∅
6	2021-05-18	54.8%	43.8%	38.4%	32.8%	25.6%	∅	∅
7	2021-05-17	56.0%	44.4%	36.9%	33.2%	25.8%	25.4%	∅
8	2021-05-16	55.9%	44.7%	38.4%	37.2%	28.5%	29.4%	28.6%
9	2021-05-15	58.0%	41.6%	36.0%	31.1%	28.0%	25.1%	24.6%
10	2021-05-14	54.1%	41.8%	37.5%	33.9%	30.1%	25.6%	24.9%
11	2021-05-13	55.4%	44.3%	37.8%	33.4%	31.3%	28.4%	25.8%
12	2021-05-12	59.5%	47.9%	37.3%	33.3%	30.7%	30.2%	26.7%
13	2021-05-11	57.7%	44.4%	37.6%	32.2%	27.3%	28.0%	23.5%
14	2021-05-10	59.7%	46.6%	39.0%	32.8%	28.0%	25.8%	26.4%
15	2021-05-09	53.0%	39.4%	33.7%	30.5%	26.8%	26.7%	22.6%





# Silnik do gier Idle.

## Idle Inventor - Factory Tycoon zwiastun



Idle Inventor - Factory Tycoon wydane 29 kwietnia.

Gra otrzymała feature w ponad 140 krajach w Apple App Store i ponad 165 krajach w Google Play.

ok. 0,6 mln pobrań.



**BOOMBIT**

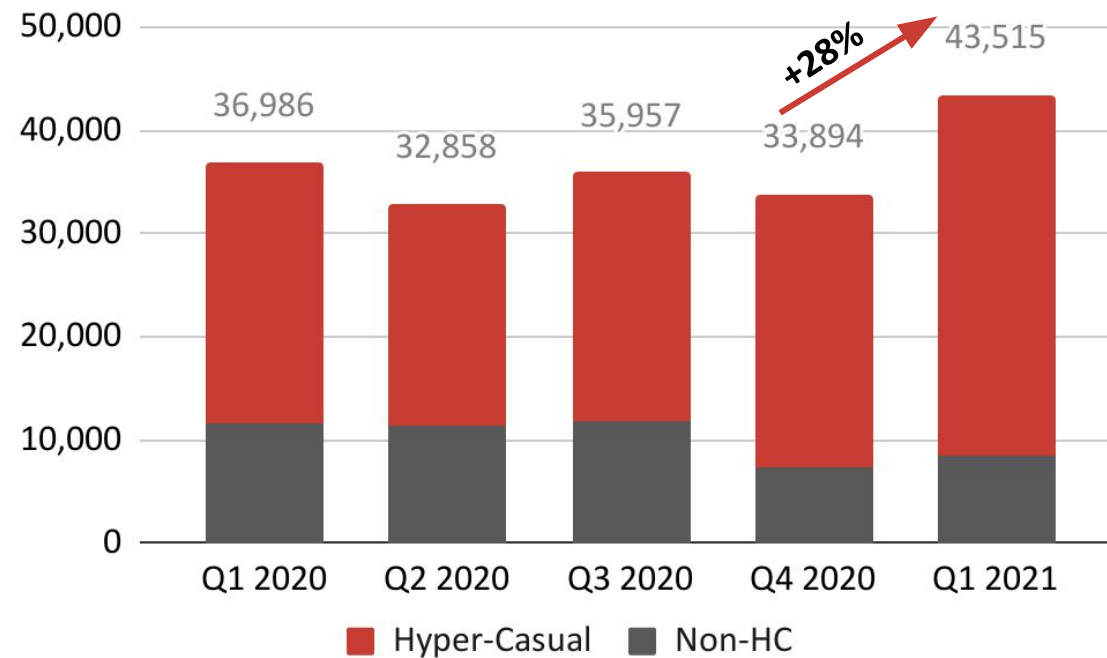
Wyniki  
Finansowe.



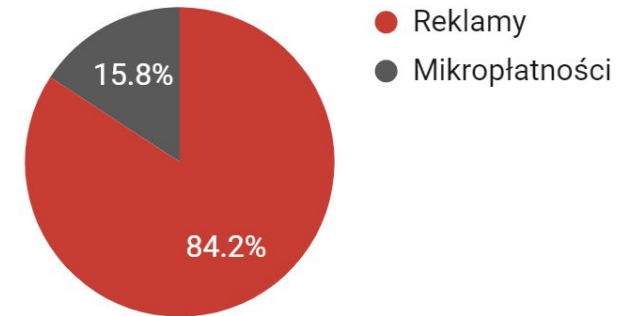
# Przychody z gier.

- Rekordowe przychody z gier\* w Q1 i w kwietniu 2021 r.
- 28% k/k wzrost w Q1 wobec Q4
- BoomHits kontrybuuje do wyniku - udana premiera Shoe Race
- Rosnący udział non-HC, dzięki premierze Hunt Royale

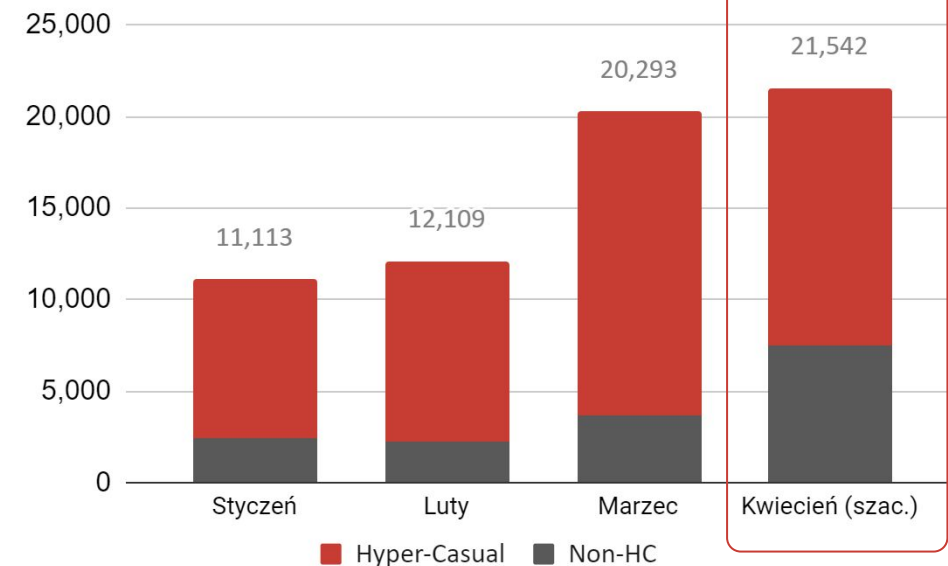
Przychody (tys. PLN)



Przychody Q1 2021 (tys. PLN)



Przychody (tys. PLN)



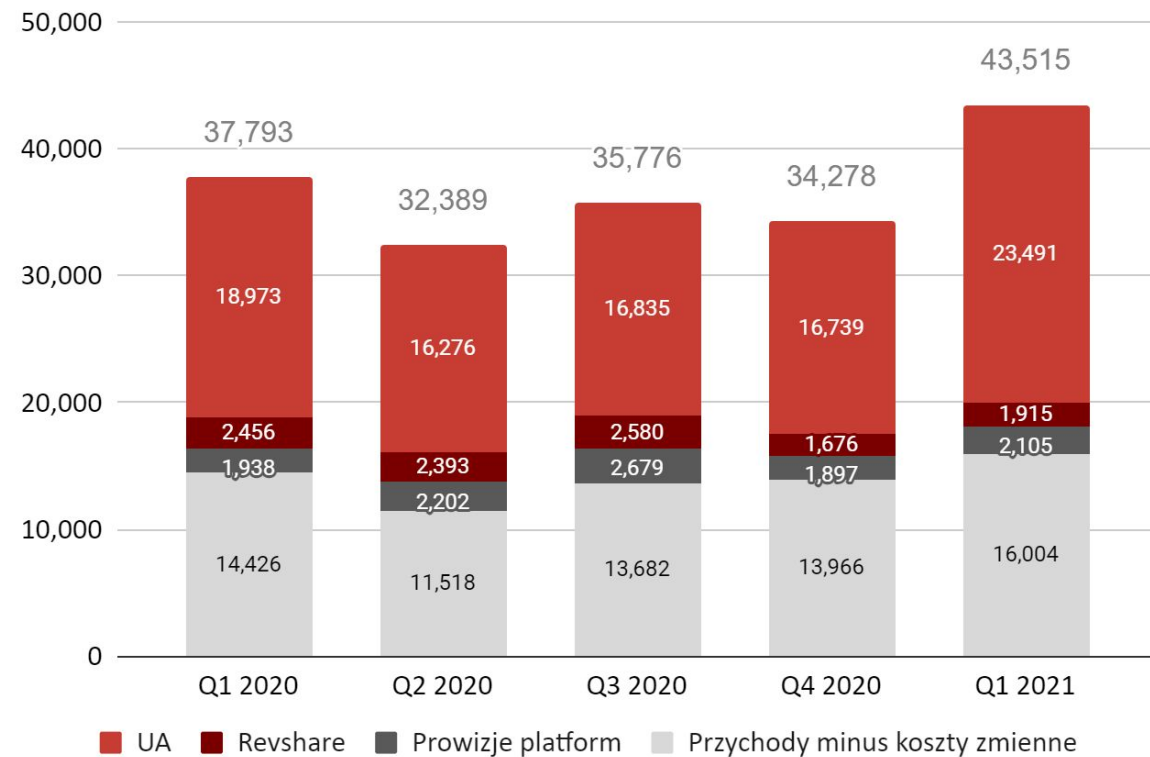
\*Prezentowane przychody zawierają wartości z fazy soft launch, które zgodnie z zasadami rachunkowości w Grupie są kapitalizowane jako nakłady na prace rozwojowe

# Przychody z gier i główne koszty zmienne.

- Rekordowy poziom przychodów pomniejszonych o koszty zmienne (16 mln PLN, +15% k/k)
- Rekordowy poziom inwestycji w UA (23,5 mln PLN) przy zachowaniu wysokiej efektywności



Przychody pomniejszone o koszty bezpośrednio związane ze sprzedażą\* (tys. PLN)

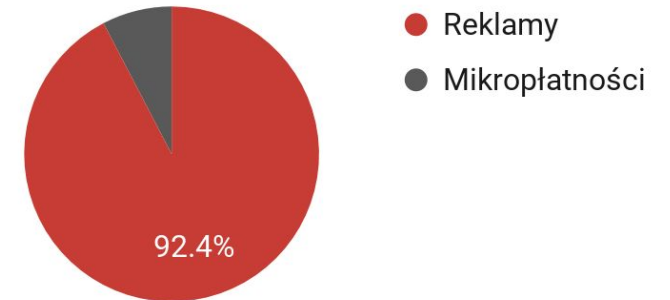




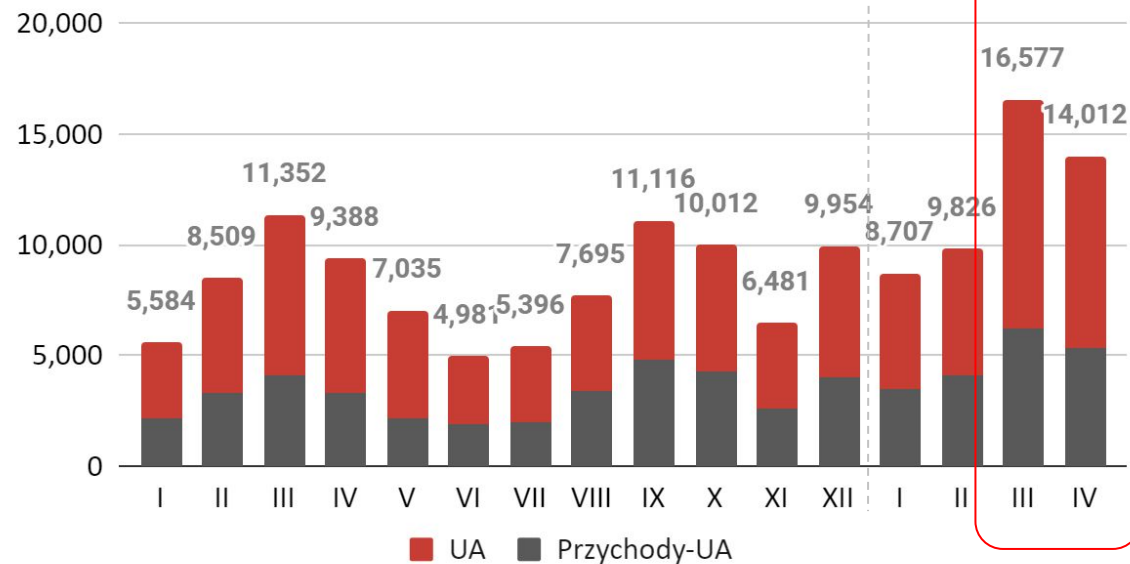
# Hyper-Casual.

- 35,1 mln PLN przychodów w Q1 2021 (+33% k/k)
- Kwiecień był drugim najlepszym miesiącem dla BoomBit w grach HC
- W kwietniu znaczący wzrost pobrań w krajach Tier 2 i Tier 3
- Perspektywy - nowe obiecujące gry w przygotowaniu

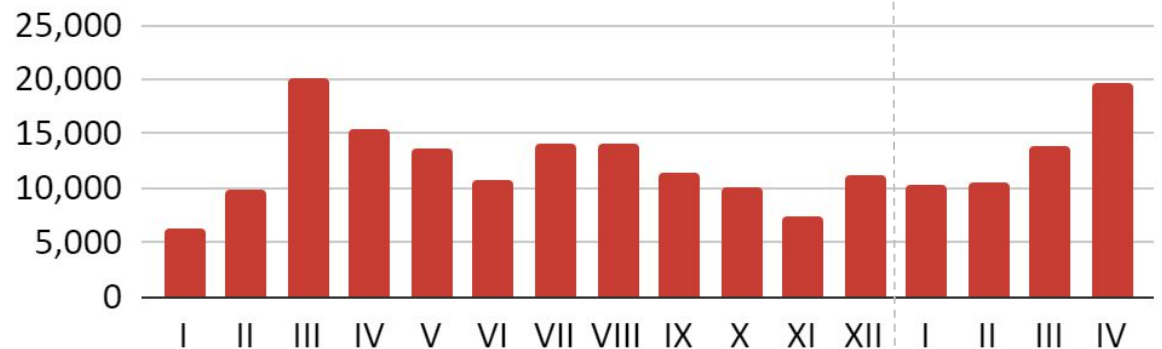
Przychody\* Q1 2021



Przechody i UA\* (tys. PLN)



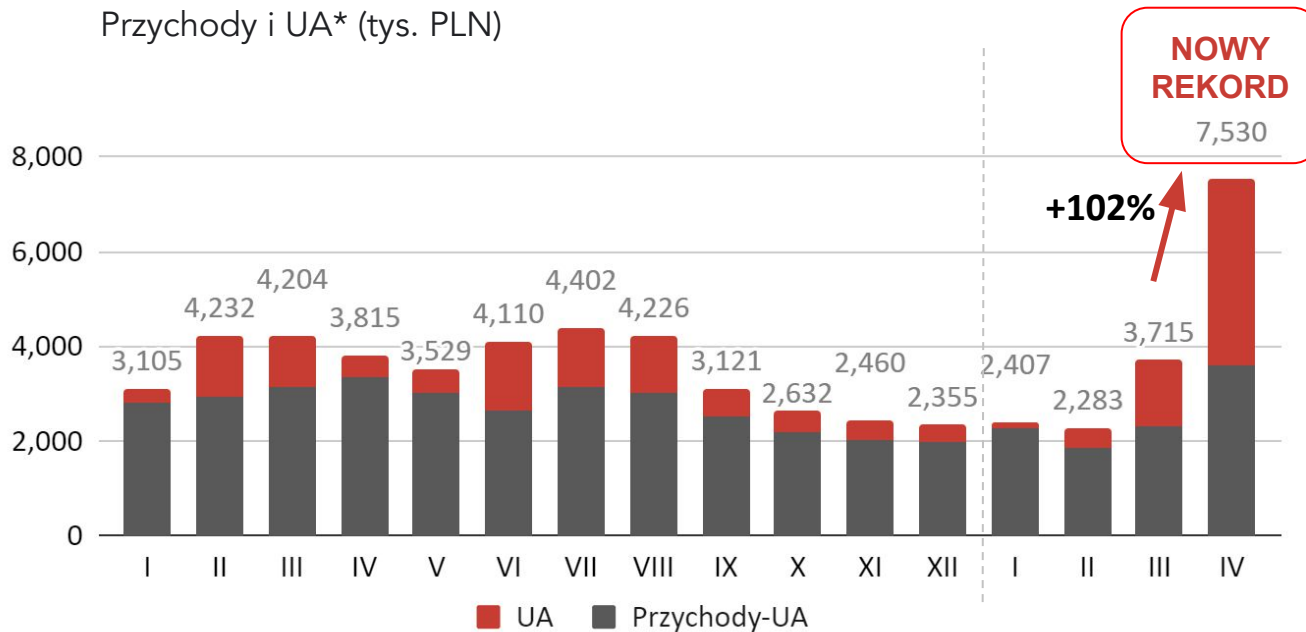
Pobrania (tys.)



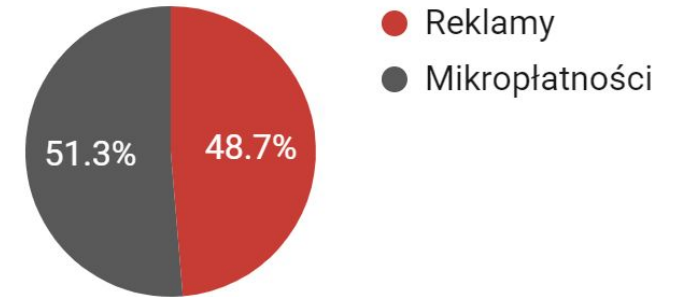
# Non-HC.

- Kwiecień rekordowym miesiącem w grach non-HC
- Marzec (+63% m/m) i kwiecień (+102% m/m)
- 8,4 mln PLN przychodów\* w Q1 2021 (+13% k/k)
- Zrównoważony podział przychodów na reklamy i mikropłatności
- Hunt Royale - hitowa gra Mid-Core zyskuje na popularności

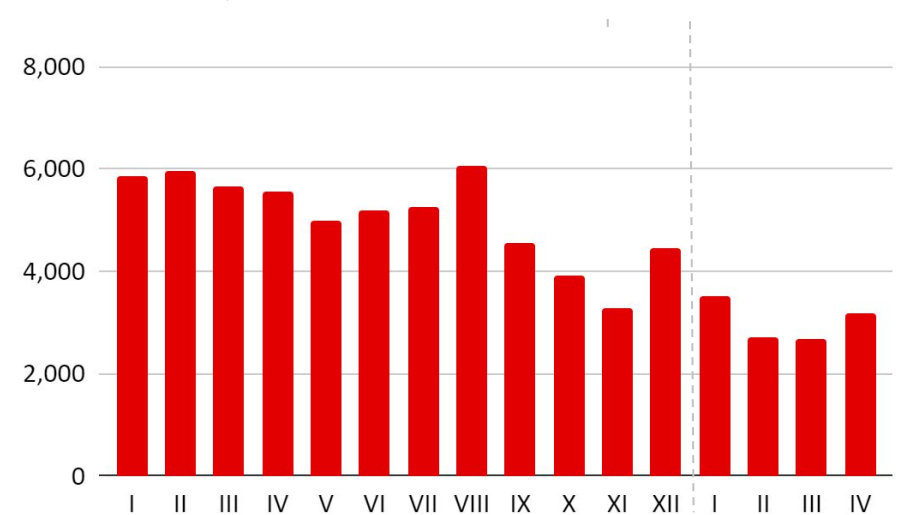
Przychody i UA\* (tys. PLN)



Przychody\* Q1 2021



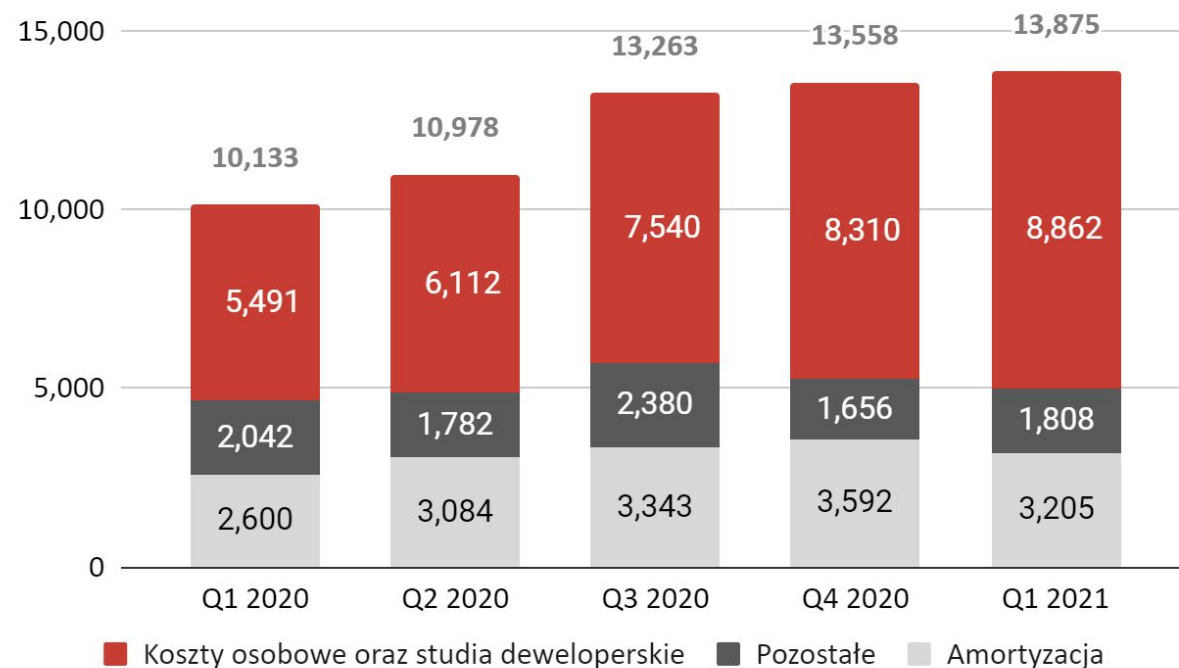
Pobrania (tys.)



\*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.

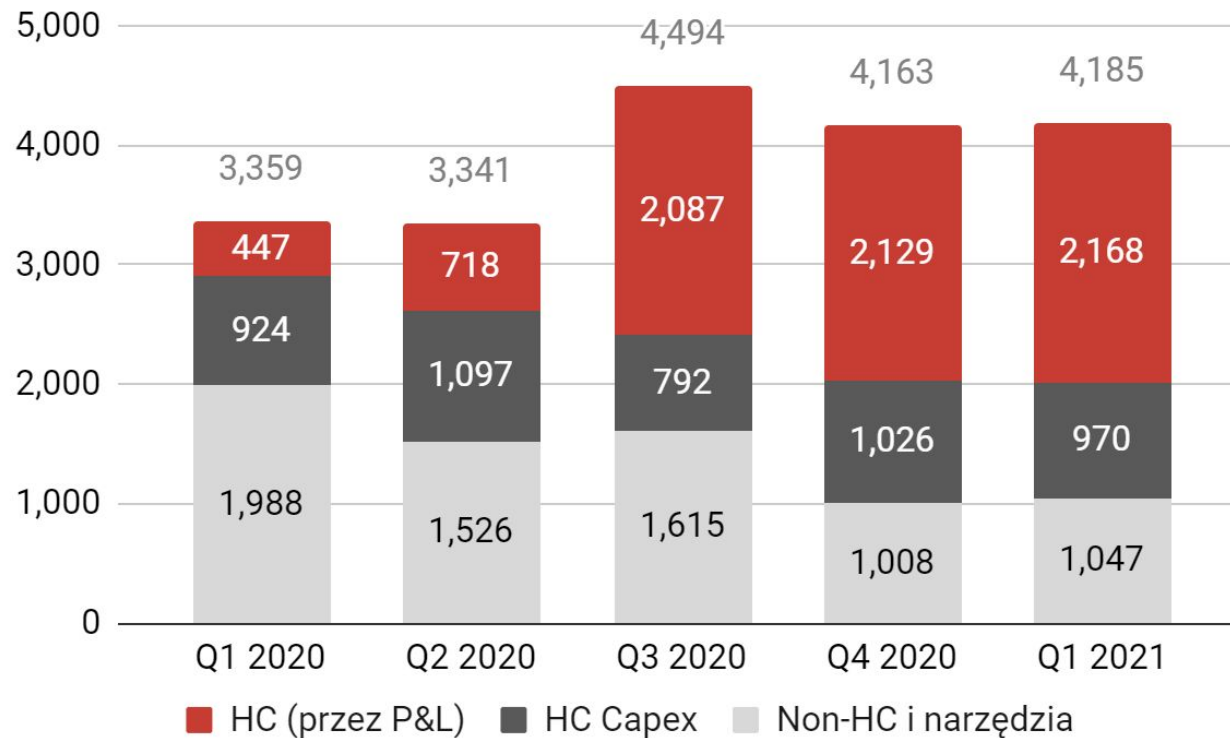
Koszty rodzajowe pomniejszone o główne koszty zmienne (tys. PLN)



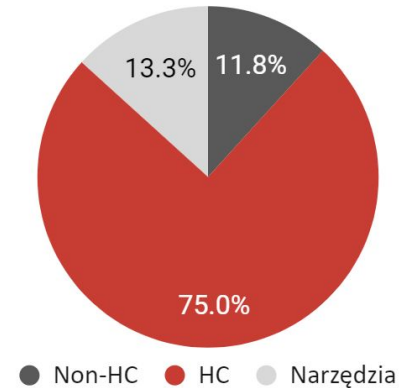
- W Q1 2021 udział kosztów w przychodach na niskim poziomie 32% (40% w Q4 2020)
- Główne koszty utrzymane pod kontrolą mimo istotnego wzrostu przychodów
- Koszty osobowe oraz studia deweloperskie:
  - pozyskanie talentów w obszarach: marketingu, UA, BI, wydawnictwa
  - inwestycja we współpracę z zewnętrznymi studiami HC
- Stabilny poziom pozostałych kosztów

# Koncentracja na rozwoju gier HC.

CAPEX i inwestycje w HC (tys. PLN)



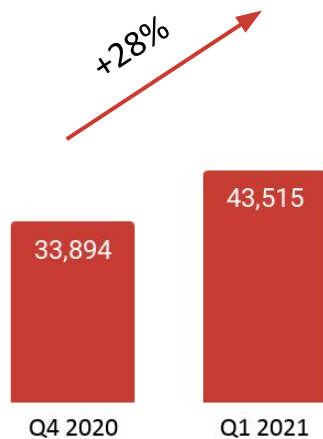
Struktura produkcji (CAPEX i P&L) w Q1 2021



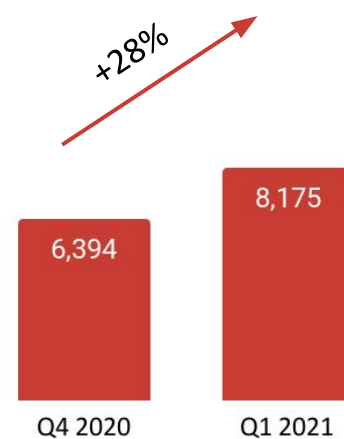
- Inwestycje skoncentrowane na grach HC
- Wzrost produkcji ujmowanej w P&L vs CAPEX:
  - cykl produkcji HC (duży udział fazy testów prototypów)
  - inwestycja w rozwój współpracy z międzynarodowymi studiami

## Wyniki.

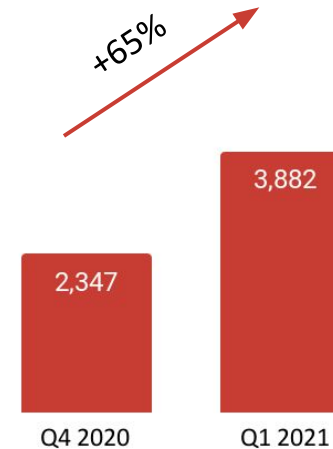
Przychody z gier\*  
(tys. PLN)



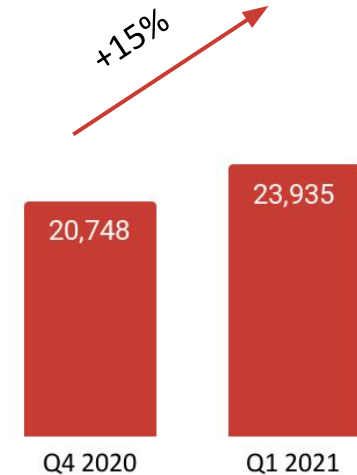
EBITDA skor.\*\*  
(tys. PLN)



Zysk netto skor.\*\*  
(tys. PLN)



Środki pieniężne (na koniec okresu) (tys. PLN)





# BOOMBIT Perspektywy.



# Perspektywy 2021+.

Sukces  
GIER



Wzrost  
RYNKU

NOWE  
przychody

- Nowe gry:
  - Shoe Race
  - Hunt Royale
  - Idle Inventor
  - Make It Fly
  - SuperHero Race
- Efektywne UA i monetyzacja
- Szeroka i rosnąca baza użytkowników
- HC - najszybciej rosnący gatunek gier mobilnych
- Oczekiwany wzrost przychodów z reklam w grach o 119% do 2025 r.
- Joint Venture:
  - TapNice
  - ADC Games
- Międzynarodowy Publishing: BoomHits



# Zastrzeżenia.

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 jakkolwiek 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** Dziękujemy.

Kontakt dla inwestorów:

Michał Dalba

+48 533 339 770

[boombit@tailorsgroup.pl](mailto:boombit@tailorsgroup.pl)

# Kluczowe dane finansowe.

**BOOMBIT**

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

\*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 Gameln.