



KIERUNKI ROZWOJU  
2017-2019

# AGENDA

## 1. Rynek gier wideo

- Struktura rynku gier wideo w 2017 roku
- Rozwój rynku na przestrzeni lat

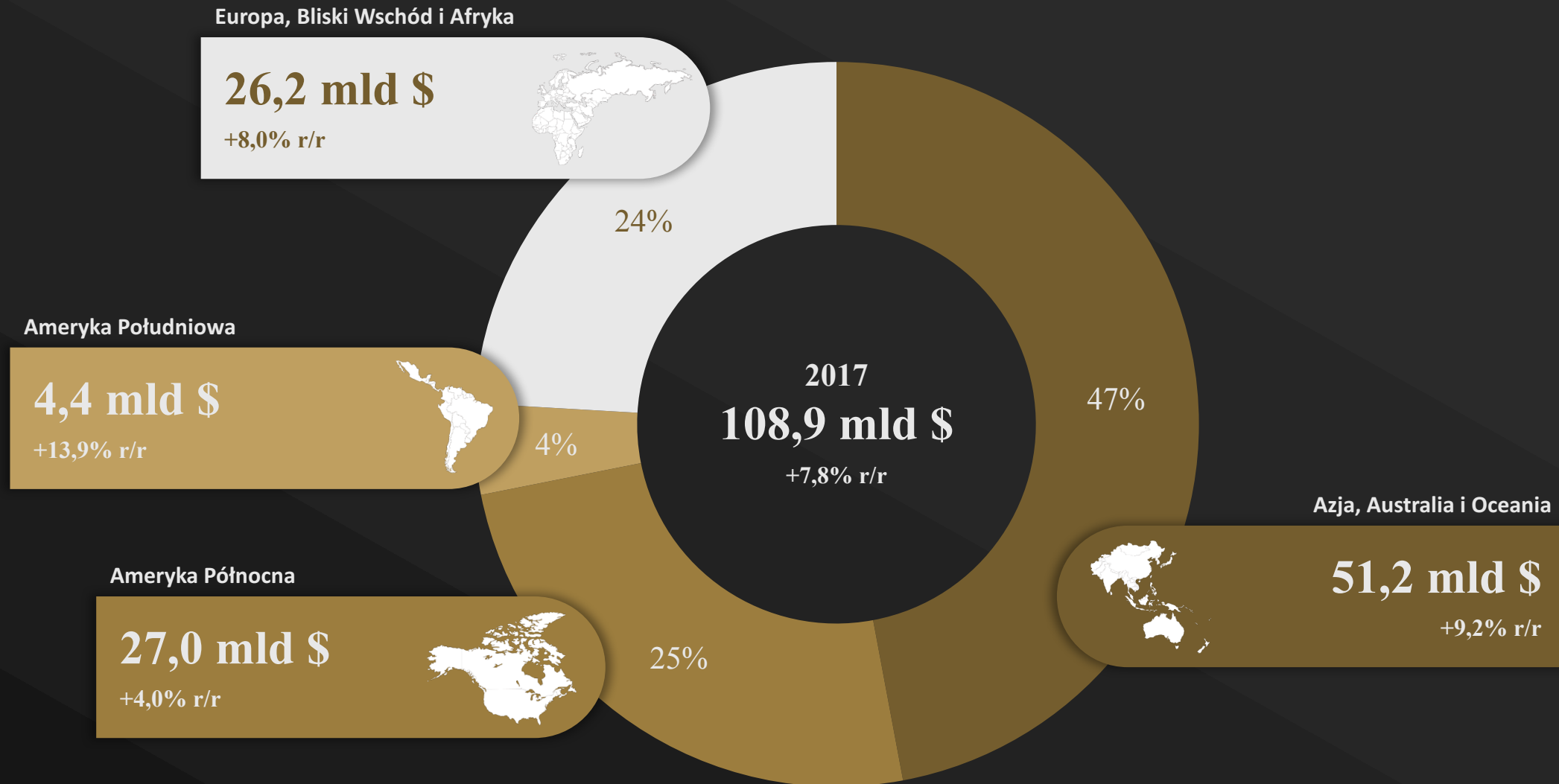
## 2. Prezentacja Spółki

- Mocne strony CI Games

## 3. Kierunki rozwoju

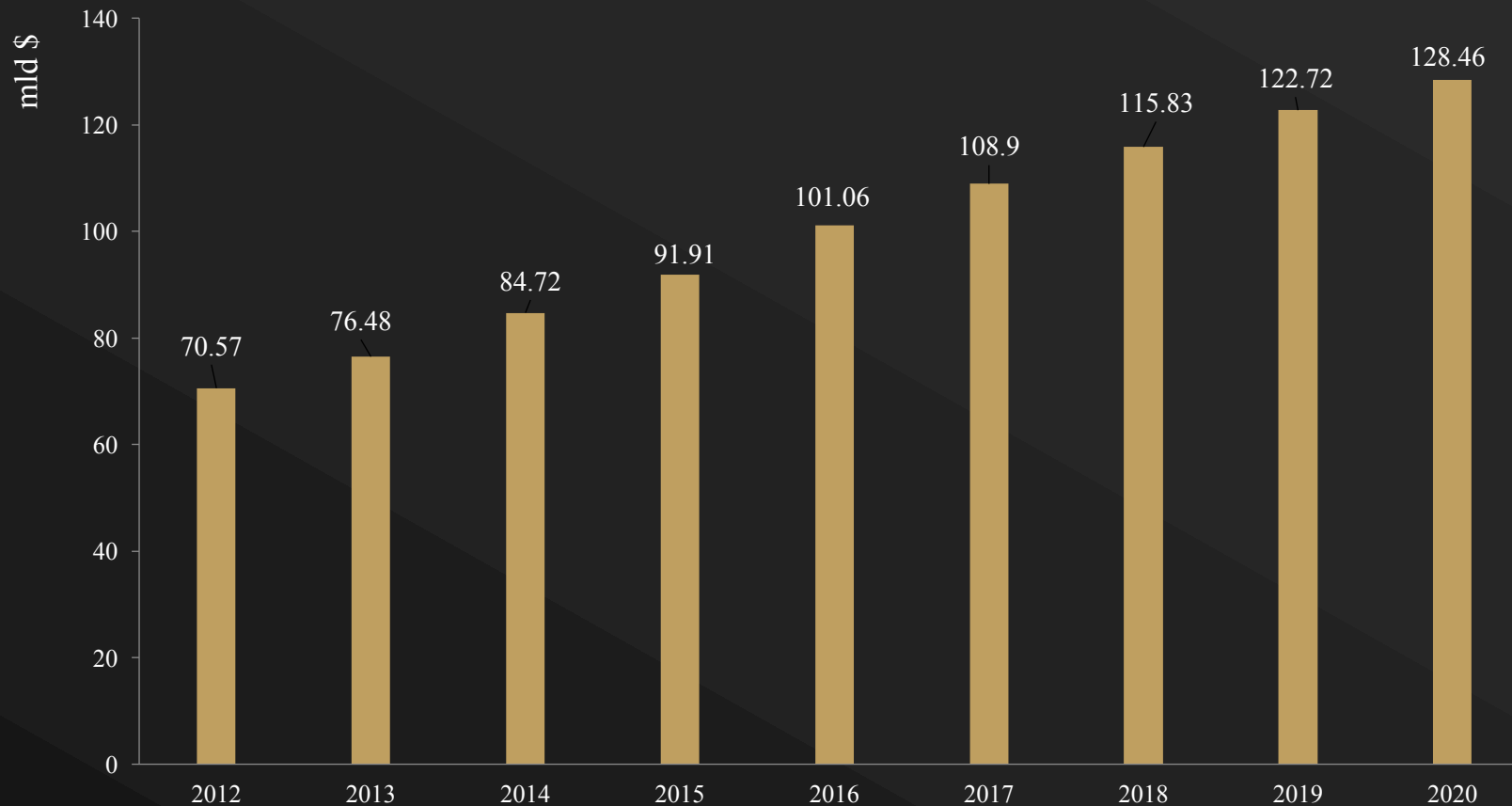
- Sytuacja finansowa
- Cele strategiczne
- Plan rozwoju

# STRUKTURA RYNKU GIER W 2017



# ROZWÓJ RYNKU NA PRZESTRZENI LAT

## Globalna wartość rynku gier



Prognozowane wartości rynku gier wideo świadczą o tym, że jest on w stałym trendzie rosnącym.

Udział kanału cyfrowego w ogólnej sprzedaży gier rośnie niezależnie od platformy sprzętowej.

Rynek gier AAA został zdominowany przez coraz droższe produkcje dysponujące bardzo wysokimi budżetami marketingowymi.

Jakościowe projekty, spoza segmentu AAA, mają wysoki potencjał sprzedażowy jeśli spełniają oczekiwania graczy co do ich jakości i wpisują się w rynkowe trendy.



# MOCNE STRONY CI GAMES

Doświadczony międzynarodowy zespół oraz renomowani współpracownicy Spółki

Doświadczenie i unikalny know-how w zakresie produkcji gier, również we współpracy z zewnętrznymi wykonawcami

Produkcje, które trafiły do wielu milionów graczy na całym świecie

Kompetencje we wszystkich obszarach biznesowych rynku gier wideo (producent, wydawca, dystrybutor)

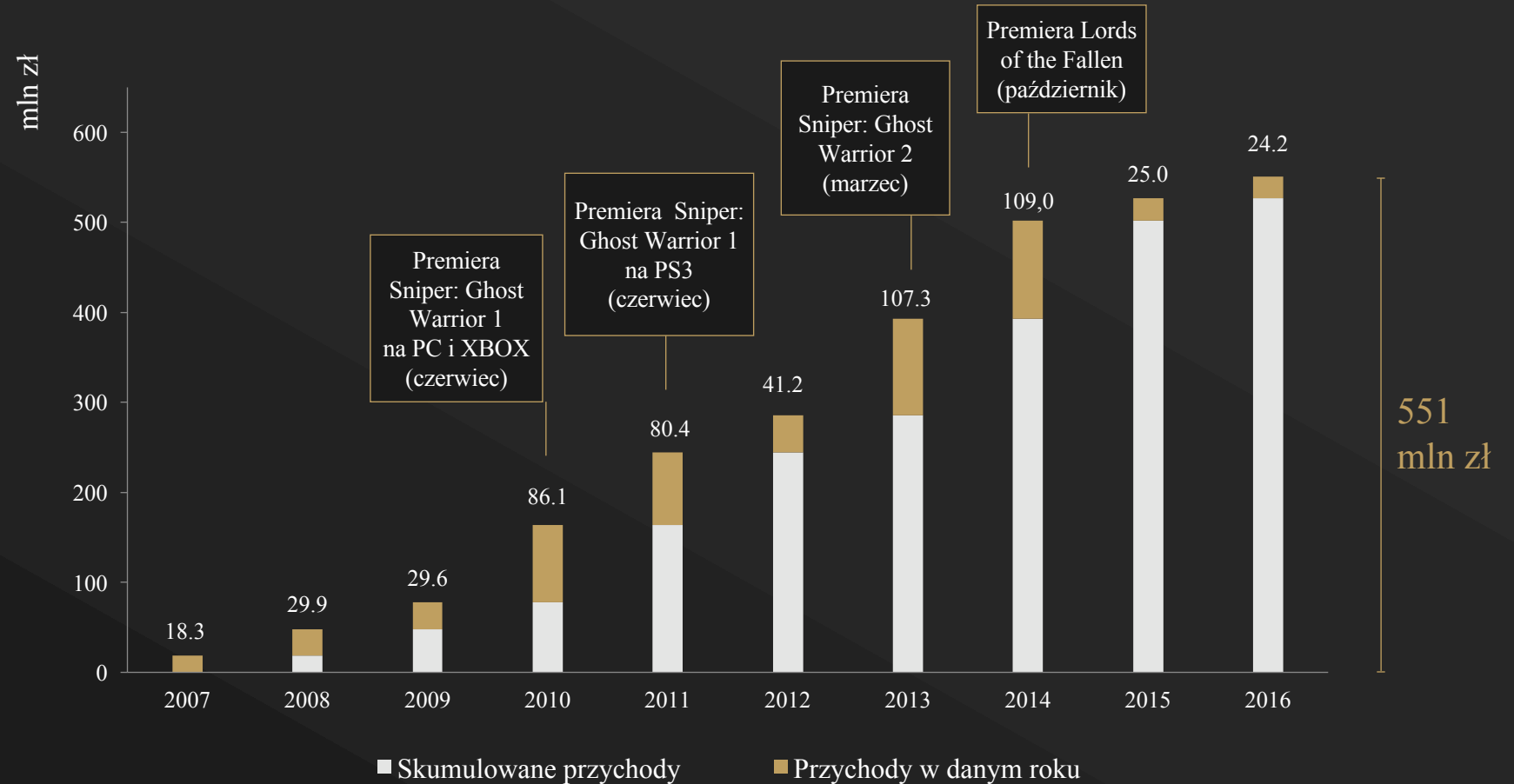
Właściciel rozpoznawanych IP, oraz zasobów ze zrealizowanych już projektów

Relacje biznesowe z partnerami na całym świecie

# SPRZEDAŻ GIER PRODUKCJI CI GAMES

Ponad 500 mln zł przychodów do końca 2016 r., z których zdecydowaną większość stanowi sprzedaż własnych tytułów.

## PRZYCHODY CI GAMES A PREMIERY KOLEJNYCH TYTUŁÓW



# SYTUACJA FINANSOWA

Pomimo sprzedaży „Sniper Ghost Warrior 3” niższej od oczekiwań, CI Games generuje przepływy pieniężne, z których Spółka w dużej części pokryła już zobowiązania z tytułu realizacji gry oraz jej wydania.

Spółka zamierza finansować produkcję kolejnych gier ze środków własnych generowanych ze sprzedaży gier w kolejnych poziomach cenowych oraz wspomagać się zewnętrznym finansowaniem w zależności od bieżących potrzeb i możliwości (kredyt bankowy, obligacje, przedpłaty oraz inne formy finansowania).

Spółka przeprowadzi szereg akcji promocyjnych w kanałach cyfrowych, które powinny przełożyć się na intensyfikację sprzedaży gier Sniper Ghost Warrior 3 i Lords of the Fallen w najbliższych kwartałach. SGW3 będzie również objęty promocjami i przecenami w kanałach sprzedaży fizycznych nośników.

# CELE STRATEGICZNE

Rezygnacja z produkcji gier klasy AAA i koncentracja na mniejszych pod względem skali projektach opartych o niższe budżety produkcyjne oraz zrównoważone budżety marketingowe.

Jakość gry to priorytet dla każdego projektu. Oznacza to:

- koncentrację na jakości samej gry pod względem rozgrywki oraz oprawy audio-wizualnej jak i doboru interesującej tematyki gry
- eliminację istotnych błędów technicznych przed wydaniem tytułu na rynek
- zapewnienie odpowiedniej wydajności (performance) na poszczególnych platformach sprzętowych.

Spółka od 2018 roku planuje przeprowadzanie przynajmniej jednej premiery rocznie, zamierza prowadzić jednocześnie prace nad więcej niż jednym projektem.

Spółka w zależności od projektu (case by case) będzie prowadzić prace wewnętrznym zespołem, zleci ich część partnerom outsourcingowym albo zleci wykonanie całego projektu jednemu zewnętrznemu wykonawcy.

# CELE STRATEGICZNE

Model sprzedaży gier Spółki w kolejnych latach będzie kontynuowany w stosunku do modelu, w jakim spółka wydawała dotychczas gry. Jednocześnie siła dystrybucji cyfrowej będzie rosła co powinno przełożyć się na wzrost marży oraz poprawę rentowności projektów.

Realizacja strategii sprzedażowej Spółki oznacza między innymi:

- maksymalizowanie sprzedaży w cyfrowych kanałach sprzedaży, przy jednoczesnym utrzymaniu obecności w tradycyjnym modelu dystrybucji fizycznych egzemplarzy (tzw. wersje pudełkowe)
- aktywne i długoterminowe wsparcie sprzedaży oraz efektywne zarządzanie back catalogiem dotyczące wszystkich gier Spółki
- wzmocnienie obecności na wybranych rynkach geograficznych, m.in. w Chinach.

Spółka rozważa dalszą produkcję gier na platformy mobilne, jako uzupełnienie głównej działalności. Ostateczna decyzja zależna jest w dużej mierze od wyniku sprzedaży SGW na rynku mobilnym, którego premiera odbędzie się w 3 kwartale 2017.



# CELE STRATEGICZNE

Spółka stawia sobie za cel wysoką efektywność kosztową, która będzie podstawą skuteczności w realizacji strategii.

Utrzymywanie wysokiej dyscypliny kosztowej to między innymi:

- ciągła poprawa efektywności procesu produkcji gier w tym efektywne zarządzanie procesem outsourcingu oraz lepsze planowanie produkcji i jej egzekucja
- zrównoważone wydatki na marketing produktów w tym kampanie reklamowe oparte głównie na promocji poprzez media i kanały cyfrowe oraz w punktach sprzedaży detalicznej
- restrukturyzacja procesów zachodzących w spółce, której wynik to ograniczenie kosztów stałych.

# SHOOTER TAKTYCZNY



Kontynuacja prac Spółki nad kolejną grą taktyczną w segmencie gier action, w którym Spółka odniosła dotychczas kilka dużych sukcesów komercyjnych.

Wykorzystanie doświadczeń zebranych w trakcie prac nad Sniper Ghost Warrior 3 oraz feedbacku otrzymanego od graczy oraz recenzentów. Między innymi na jego podstawie w nowym projekcie Spółka podjęła już decyzję aby wymienić otwarty świat gry na duże otwarte misje.

Projekt będzie realizowany w oparciu o wszelkie zasoby i know-how wypracowane przy pracach nad grą Sniper Ghost Warrior 3 w tym rozwiązania programistyczne dotyczące zarządzania rozgrywką oraz wydajnością gry na poszczególnych platformach sprzętowych.

Platformy: PS4, Xbox One, PC.





# SEQUEL LORDS OF THE FALLEN

Kontynuacja gry, która zebrała bardzo pozytywne opinie graczy i krytyków.

Oryginalny świat i wysoka jakość artystyczna, które wyróżniają produkcję i zapewnią jej dotarcie do dużej grupy graczy.

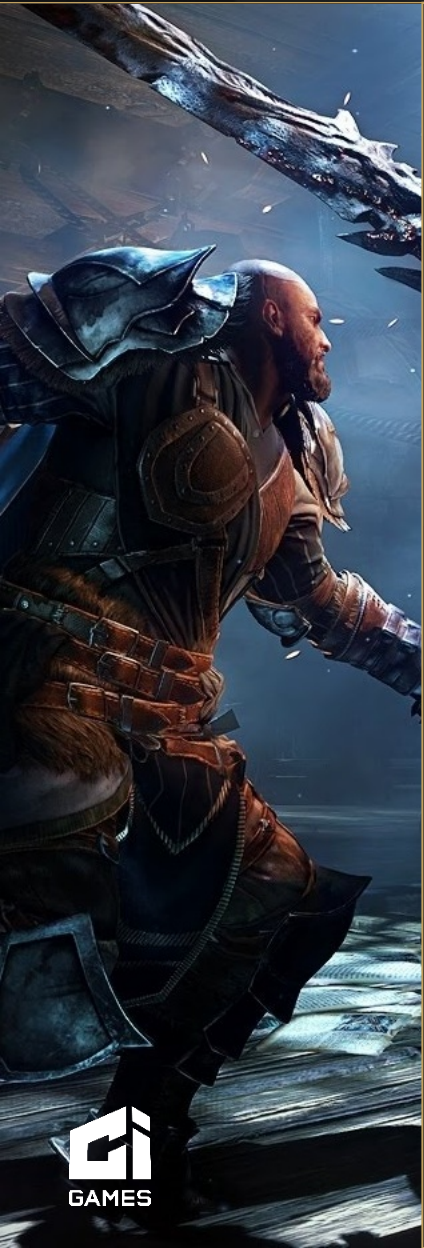
Promocje z PlayStation Plus i Xbox Gold przełożyły się na zwiększenie bazy graczy, którzy dzięki nim poznali tytuł (ponad 7 mln sprzedanych kopii jako samodzielna gra oraz w formie abonamentu).

Platformy: PS4, Xbox One, PC

Możliwe dofinansowanie w programie GameINN na innowacyjne rozwiązania w grach :

2,42 mln zł – LADAI (projekt związany z oprogramowaniem LotF)

4,88 mln zł – opracowanie innowacyjnej technologii opartej o zaawansowane algorytmy sztucznej inteligencji



LORDS  
OF THE  
FALLEN



# DANE KONTAKTOWE

CI Games S.A.

ul. Puławska 182

02-670 Warszawa

tel. +48 22 718 35 00

fax: +48 22 718 35 01

e-mail: [info@cigames.com](mailto:info@cigames.com)

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

