

## Zapis czatu dla inwestorów detalicznych z 26 listopada 2021

Grzegorz Kania: ***Witam Państwa serdecznie na kolejnym spotkaniu, tym razem po wynikach za trzy kwartały 2021. Chętnie odpowiem na Państwa pytania.***

moix: **Ile gier Huuuge zamierza wydać w 2022 roku?**

Grzegorz Kania: Cały czas pracujemy nad nowymi tytułami własnymi oraz nad podpisywaniem umów z zewnętrznymi studiami. W 2022 roku skupiamy się na działalności wydawniczej. Podtrzymujemy nasze plany wydawania co najmniej jednej gry studiów zewnętrznych na kwartał. Ponadto, nasze studio w Helsinkach ciągle pracuje nad prototypami innowacyjnych gier.

Artur Grzelczyk: **Trzeci kwartał był pomyślny dla spółki. Jakie czynniki przyczyniły się do poprawy wyników w ujęciu rocznym oraz wzrostu przychodów?**

Grzegorz Kania: Motorem wzrostu były zarówno flagowe gry jak i nowe tytuły. Przychody z nowych gier wzrosły w trzecim kwartale o 130%, w tym największy udział miał Traffic Puzzle. Wpływy z naszych flagowych gier wzrosły dwucyfrowo dzięki poprawie monetyzacji w tym wskaźnika konwersji. Dodatkowy, pozytywny, wpływ na nasze wyniki w III kw. w bieżącym roku miała alokacja budżetów marketingowych - relatywnie większe wydatki ponieśliśmy w pierwszej połowie roku.

Misiek: **Jakie tytuły były motorem wzrostu wyników w trzecim kwartale 2021 roku?**

Grzegorz Kania: Motorem wzrostu była gra Traffic Puzzle, której przychody w trzecim kwartale wzrosły prawie sześciokrotnie w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego, do poziomu 8,7 mln USD. Baza użytkowników tej gry stale rośnie – dzienna liczba aktywnych użytkowników (DAU) w październiku 2021 roku przekroczyła 220 tys.

Marek: **Jaki jest powód pogorszenia wyników Huuuge w okresie I-III kwartału 2021 roku?**

Grzegorz Kania: W 2020 roku większość wyniku Spółka wygenerowała w pierwszej połowie roku, w 2021 zgodnie z naszymi planami większa część wyniku wygenerowana będzie w drugiej połowie roku. Wynika to z innego rozłożenia w czasie wydatków na marketing naszych gier. W całym roku 2021 oczekujemy rekordowego wyniku skorygowanej EBITDA.

franco: **Jak Państwo oceniają rynek gier mobilnych i jakie są jego perspektywy?**

Grzegorz Kania: Niezmiennie jesteśmy bardzo pozytywnie nastawieni do perspektyw rozwoju rynku. Liczba graczy mobilnych sięga 4 mld i powinna wzrastać wraz ze wzrostem liczby smartfonów. Ponadto

widzimy ciągły wzrost zaangażowania graczy i liczby godzin spędzonych na graniu. Pandemia Covid-19 przyspieszyła tylko te strukturalne trendy i pozytywnie wpłynęła na wyniki branży.

**Dominika Wronka: Dlaczego spółka wybrała polski rynek kapitałowy jako miejsce notowań swoich akcji?**

Grzegorz Kania: Branża gier jest bardzo silnie reprezentowana na polskiej giełdzie - pod względem liczby spółek pod koniec 2020 roku przebiła nawet Japonię. Ponadto to właśnie w Polsce pracuje większość naszego zespołu. Była to więc dla nas naturalna decyzja.

**Szymon: W sprawozdaniu pisaliście, że wzrosły przychody z reklam, ze względu na wprowadzanie nowych gier casual. Co to były za gry?**

Grzegorz Kania: Głównym motorem wzrostu przychodów z reklam była gra Traffic Puzzle - w odróżnieniu od gier typu social casino opiera się nie tylko o mikrotransakcje ale też w dużej mierze o przychody z reklam.

**taktyk: Spółka pracuje nad 3-4 potencjalnymi celami akwizycyjnymi. Jakiego typu podmioty bierzecie Państwo pod uwagę?**

Grzegorz Kania: Bierzemy pod uwagę tylko podmioty działające w sektorze gier mobilnych. Nie ujawniamy nazw spółek, z którymi rozmawiamy. Widzimy iż wskaźniki po których możemy nabyć spółki są obecnie dość wysokie więc skupiamy się na działalności wydawniczej i podpisywaniu umów partnerskich. W taki sposób nabyliśmy Traffic Puzzle, z którego jesteśmy bardzo zadowoleni.

**prodywidendowy: Jakie są plany Huuuge w kwestii dywidendy?**

Grzegorz Kania: Nie planujemy wypłaty dywidendy w najbliższym czasie, planujemy inwestować we wzrost zgodnie z naszą strategią Buduj i Kupuj.

**toja: Czy Huuuge spodziewa się utrzymania dalszych dobrych wyników gry Traffic Puzzle w kolejnych kwartałach?**

Grzegorz Kania: Traffic Puzzle nabyliśmy w kwietniu tego roku i do listopada zajmowaliśmy się procesem przejścia gry. W tym czasie tytuł generował coraz lepsze wskaźniki. Liczba użytkowników z miesiąca na miesiąc osiąga nowe rekordowe poziomy. Mamy co do Traffic Puzzle ambitne plany i spodziewamy się, że gra w kolejnych kwartałach będzie poprawiała wyniki i osiągnie rentowność w przyszłym roku.

**analityk: Ile firma zamierza wydać na inwestycje w przyszłym roku?**

Grzegorz Kania: Na koniec trzeciego kwartału br. mieliśmy około 196 mln USD na rachunkach bankowych i w każdym roku generujemy dodatnie przepływy operacyjne. To wyznacza skalę naszych apetytów inwestycyjnych. Główne kierunki inwestycyjne to akwizycje, umowy wydawnicze oraz nowe własne tytuły.

Szymon: **Jakich gier dotyczą umowy wydawnicze jakie podpisaliście w tym roku?**

Grzegorz Kania: W roku 2021 podpisaliśmy cztery umowy wydawnicze. Nie komentujemy poszczególnych tytułów na wczesnym etapie ich rozwoju.

po prostu inwestor: **Nad iloma tytułami jednocześnie spółka obecnie pracuje?**

Grzegorz Kania: Nie komentujemy poszczególnych tytułów na wczesnym etapie ich rozwoju. Nasze studio w Helsinkach pracuje nad wieloma prototypami gier jednocześnie, natomiast specyfika branży jest taka, iż tylko gry o najlepszych wskaźnikach przechodzą do fazy soft launch a następnie globalnej premiery i skalowania.

ken: **czy będziecie wchodzić w blockchain? Jakie inne nowe technologie?**

Grzegorz Kania: Bardzo mocno analizujemy i śledzimy nowe technologie w tym blockchain w grach. Planujemy więcej powiedzieć o naszych innowacyjnych inicjatywach na początku przyszłego roku.

serek: **Przychody z reklam wzrosły w okresie trzech kwartałów 2021 roku o 181 procent. Czy jest to obecnie główny wariant monetyzacji działalności spółki?**

Grzegorz Kania: Za trzy kwartały 2021 przychody z reklam stanowiły około 4% naszych całkowitych przychodów, więc nie jest to w tej chwili główny wariant monetyzacji naszych gier. Nasze tytuły monetyzujemy przez płatności w grach. Natomiast udział reklam w przychodach powinien z czasem rosnąć wraz z większym udziałem gier typu casual w naszym portfolio z tym Traffic Puzzle, który jest już obecnie naszym trzecim pod względem przychodów tytułem.

Stefan: **Co się stało z grami, o których mówiliście w czasie IPO – coffee break, Rogue Land?**

Grzegorz Kania: Przestaliśmy inwestować w marketing tych gier ponieważ skupiliśmy się na grze, która świetnie się skaluje i osiąga wysokie wskaźniki monetyzacji, czyli Traffic Puzzle.

analityk: **Wśród celów spółki wymieniany jest wzrost marż. Jaki Huuuge ma plan na jego realizację?**

Grzegorz Kania: Patrząc na nasz portfel gier - nasze flagowe tytuły (Huuuge Casino i Billionaire Casino) osiągnęły już etap, na którym możemy skupiać się na dalszej poprawie ich rentowności (w tym

optymalizacji kosztów pozyskiwania nowych graczy). Skalowanie Traffic Puzzle przyniesie efekty w postaci poprawy rentowności. Ponadto nieustannie monitorujemy poziom naszych kosztów operacyjnych, których wzrost w 2021 r. miał w dużej mierze charakter jednorazowy, w związku z IPO.

**Tadeusz R.: Czy gry na konsole lub PC stanowią dla Was konkurencję lub zagrożenie?**

Grzegorz Kania: Jest to zupełnie inny rynek, o innej dynamice wzrostu, profilu graczy oraz modelach biznesowych. Gry mobilne od wielu lat rosną szybciej niż pozostałe kategorie i stały się największym pod względem przychodów segmentem szeroko rozumianego rynku gier. Ponadto, z racji naszego doświadczenia i kompetencji jest to dla nas naturalne, że na tym segmencie skupiamy swoją uwagę i zasoby.

**Karol Pawłowski: Jaki jest średni koszt stworzenia wydawanej przez Huuuge gry mobilnej?**

Grzegorz Kania: Specyfika tworzenia gier mobilnych jest zupełnie inna niż gier typu AAA na PC czy konsole. Sam koszt stworzenia gry mobilnej może wynosić kilkadziesiąt do kilkuset tysięcy USD, podczas gdy budżety gier AAA mogą wynosić nawet kilkaset milionów USD. Warto zaznaczyć, że koszt stworzenia gry mobilnej to jedynie ułamek wydatków które ponosimy - największa pozycja kosztowa to marketing i pozyskiwanie nowych graczy.

**Waldemar Guzera: Podczas korzystania z gier mobilnych, ile średnio Państwa użytkownicy wydają?**

Grzegorz Kania: W przypadku naszych flagowych tytułów, Huuuge Casino oraz Billionaire Casino, średni przychód na aktywnego gracza (ARPPU) w 3 kwartale 2021 wyniósł 1,93 USD, co było jednocześnie wzrostem o 40% w stosunku do analogicznego okresu 2020. Natomiast średnie przychody na płaconego gracza (ARPPU) w naszych flagowych grach wyniosły w trzecim kwartale 46 USD dziennie.

**Czarko: Jakiego ARPPU spodziewacie się w przyszłym roku?**

Grzegorz Kania: Nieustannie pracujemy nad poprawą wskaźników operacyjnych naszych tytułów, co widać także w znaczącym wzroście wskaźnika ARPPU pomiędzy 3 kwartałem 2021 a 3 kwartałem 2020 (wzrost o 40%). Natomiast średni przychód na płaconego gracza (ARPPU) we flagowych tytułach w 3 kwartale 2021 wyniósł 46 USD dziennie. Oczekujemy dalszego utrzymania pozytywnych trendów zmian tych wskaźników.

**serek: Czy w przyszłości Huuuge rozważa wydawanie innych gier niż te przeznaczone na urządzenia mobilne?**

Grzegorz Kania: W najbliższej przyszłości chcemy skupiać się na segmencie rynku, na którym znamy się najlepiej i na którym osiągnęliśmy sukcesy.

**ig:** Czy w kolejnych latach Huuuge spodziewa się dalszej kontynuacji dobrej koniunktury na rynku gamingowym?

Grzegorz Kania: Jak już wspominałem wcześniej, niezmiennie jesteśmy bardzo pozytywnie nastawieni do perspektyw rozwoju rynku. Liczba graczy mobilnych sięga 4 mld i powinna wzrastać wraz ze wzrostem liczby smartfonów. Ponadto widzimy ciągły wzrost zaangażowania graczy i liczby godzin spędzonych na graniu. Co więcej, branża gier mobilnych bardzo szybko reaguje na pojawiające się innowacje technologiczne znajdując dla nich zastosowanie w grach (np. koncept metaverse, technologia blockchain, NFT).

Grzegorz Kania: ***Dziękuję bardzo za spotkanie i wiele ciekawych pytań. Do zobaczenia na kolejnym czacie po publikacji wyników rocznych.***

Pytania bez odpowiedzi:

Kris: **Z jakich krajów pochodzą gry z którymi podpisaliście umowy wydawnicze?**

Olek: **Jaką część środków z debiutu już wydaliście?**

Wazowski: **Spółka ma 10 biur zlokalizowanych w różnych zakątkach świata. Czy planowany jest rozwój również w tym zakresie?**

Verka: **Jakich trendów na rynku gier mobilnych spodziewa się Huuuge?**

Marcin: **Ile docelowo chcecie mieć gier w portfolio i jaki rozkład procentowy przychodów z nich?**

Stefan: **w czasie IPO mówiliście, że środki z giełdy wykorzystacie w ciągu 1,5 roku. Czy to realne? Zostało 6-7 miesięcy**

ken: **Jakiej marży EBITDA można spodziewać się w całym roku?**

Grzesiek: **Czy pandemia COVID-19 oraz społeczna izolacja wpłynęła pozytywnie na wyniki spółki?**

Jurek: **Jak pandemia wpłynęła na funkcjonowanie Huuuge?**

Rafał K.: **Jak ocenia Pan notowania akcji spółki w kontekście ostatnich spadków ich wartości?**