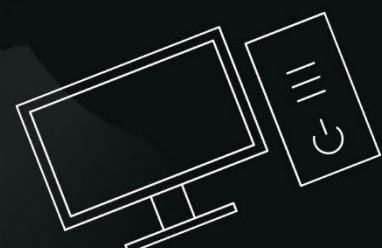




GAMIVO.COM

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ GAMIVO S.A. Z SIEDZIBĄ W SZCZECINIE

za okres 01.01.2023 - 31.12.2023



1. INFORMACJE OGÓLNE

a. Informacje podstawowe o jednostce dominującej:

Firma spółki:	GAMIVO S.A.
Forma prawna:	Spółka Akcyjna
Kraj siedziby:	Polska
Siedziba:	Szczecin
Adres siedziby / korespondencyjny:	Aleja Piastów 22, 71-064 Szczecin
Telefon:	+48 600 400 805
Adres poczty elektronicznej:	biuro@gamivo.com
Adres strony internetowej:	www.gamivo.co
NIP:	5252729625
REGON:	368773702
KRS:	0000703362 rejestr przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzony przez Sąd Rejonowy Szczecin-Centrum w Szczecinie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
Wysokość kap. zakładowego:	186 500,00 PLN na dzień publikacji raportu 201 500,00 PLN na dzień bilansowy (31.12.2023 r.)
Utworzenie:	Spółka GAMIVO S.A. została założona w 2017 roku pod firmą Hulda S.A. i zarejestrowana w KRS w dniu 16 listopada 2017 roku

Podstawowy przedmiot działalności jednostki dominującej

Podstawowym przedmiotem działalności Spółki jest działalność portali internetowych (63.12.Z).

Spółka GAMIVO S.A. została założona w 2017 roku pod firmą Hulda S.A. i zarejestrowana w KRS w dniu 16 listopada 2017 roku, przy czym faktycznie prowadzi działalność operacyjną od 2020 roku i działa w branży gamingowej, skupiając się na segmencie obrotu dóbr cyfrowych, przede wszystkim dystrybuowanych cyfrowo kopiach gier wideo, aktywowanych na zewnętrznych platformach. W dniu 28 października 2020 roku Spółka zakupiła prawa własności intelektualnej (ang. IP – intellectual property) do platformy GAMIVO.com od spółki GAMIVO.com Limited z siedzibą na Wyspie Man. Od momentu założenia platformy w 2017 roku do dnia 28 października 2020 roku działalność realizowana w ramach projektu „GAMIVO” była rozwijana w ramach spółki zależnej od GAMIVO.com Limited z siedzibą na Wyspie Man tj. GAMIVO.com Limited z siedzibą w Sliemie na Malcie (podmiot ten był licencjodawcą praw do platformy „GAMIVO”). W dniu 28 października 2020 roku Spółka nabyła 100% udziałów w spółce GAMIVO.com Limited z siedzibą w Sliemie na Malcie, która to Spółka prowadzi platformę GAMIVO.com. Ponadto w dniu 28 października 2020 roku Spółka nabyła 100% udziałów w spółce Omnigate Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, której działalność koncentruje się na świadczeniu outsourcingu usług (ang. BPO – Business Process Outsourcing) na rzecz GAMIVO.com Limited z siedzibą w Sliemie na Malcie. Tym samym Spółka posiada pełnię praw do własności intelektualnej platformy „GAMIVO.com” oraz stała się jedynym udziałowcem w spółce odpowiedzialnej za jej prowadzenie (tj. GAMIVO.com Limited z siedzibą w Sliemie na Malcie, który jest licencjodawcą praw od Spółki), a także jedynym udziałowcem spółki świadczącej usługi outsourcingu pracowników do obsługi platformy (Omnigate Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu).

W grudniu 2023 roku Spółka GAMIVO S.A. dokonała sprzedaży udziałów w spółce GAMIVO.com Limited. Jednocześnie 5 grudnia 2023 r. podpisano aneks nr 2 do łączącej spółki umowy licencyjnej z dnia 29 października 2020 r., zmienionej aneksem nr 1 z dnia 1 stycznia 2021 r., na mocy której GAMIVO S.A. udziela licencji na korzystanie z platformy GAMIVO.com oraz wszystkich aktywów niezbędnych do jej prowadzenia.

Na mocy obowiązującego od dnia 5 grudnia 2023 r. aneksu nr 2 do umowy licencyjnej dokonano podwyższenia ze skutkiem od 1 stycznia 2023 r. opłaty licencyjnej z tytułu udzielonej licencji do licencjonowanych aktywów. Zmiana umowy licencyjnej jest realizacją nowej strategii Spółki, przyjętej przez Zarząd w dniu 30 listopada 2023 r., o której Emitent informował raportem bieżącym nr 25/2023.

b. Wykaz jednostek zależnych, współzależnych i stowarzyszonych, których dane objęte są skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym

▪ **GAMIVO.com Limited z siedzibą w Sliemie (do dnia 30 listopada 2023 r.)**

GAMIVO.com Limited z siedzibą w Sliemie, Malta, adres: Dingli Street 99, Sliema Malta, wpisana do Rejestru Spółek pod numerem C90983. Spółka ta została powołana w celu prowadzenia działalności platformy transakcyjnej GAMIVO.com. Malta jako miejsce skupiające biznesy ze świata nowych technologii cyfrowych, daje Grupie do nich szybszy dostęp i zapewnia większe możliwości podejmowania współpracy. Dzięki posiadaniu podmiotu w tej lokalizacji, Grupa ma również możliwość swobodniejszego działania na arenie międzynarodowej. Spółka do grudnia 2023 r. posiadała 100% udziałów we wskazanej spółce. Konsolidacja wskazanego podmiotu realizowana jest metodą pełną i obowiązuje okresu od 01.01.2023 r. do 30.11.2023 r. Zbycie udziałów w Spółce było pierwszym krokiem do realizacji nowej strategii.

▪ **Omnigate Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu**

Omnigate Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, adres: ul. Święty Marcin 29/8, 61-806 Poznań, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań – Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000794327, posiadająca NIP: 7831800652 oraz REGON: 383100510. Spółka świadczy usługi outsourcingu procesów biznesowych w zakresie: (i) obsługi klienta, tj. przetwarzania i realizowania zamówień, przeciwdziałania nadużyciom ze strony użytkowników, rozwiązywania problemów użytkowników związanych z produktami / platformą GAMIVO.com; (ii) rozwoju IT, tj. usług programistycznych, wytwarzania kodu dla platformy GAMIVO.com i testowania wytworzonych funkcjonalności; oraz (iii) administracji biznesowej, tj. zarządzania oferowanymi produktami, dodawaniu ich do oferty oraz przygotowywaniu materiałów zawartych w ofertach. Spółka posiada 100% udziałów wskazanej spółki i konsoliduje ją metodą pełną. Omnigate Sp. z o.o. prowadził prace obsługi platformy GAMIVO.com od roku 2019 w ramach świadczonych usług outsourcingu pracowników związanych z zarządzaniem i utrzymaniem ciągłości produktów, rozwiązań IT oraz eCommerce, jak i obsługi sprzedażowej i posprzedażowej klientów platformy „GAMIVO.com”. Poza świadczeniem usług na rzecz Spółki, Omnigate Sp. z o.o. prowadzi jedynie działalność polegającą na odpłatnym wynajmie sprzętu podwykonawcom, o marginalnym znaczeniu dla wyników finansowych.

2. ODDZIAŁY / ZAKŁADY

Na dzień sprawozdawczy Spółka nie posiada oddziałów.

3. ZARZĄD JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ

Skład osobowy Zarządu Spółki nie uległ zmianie w roku obrotowym działania Spółki.

Zarząd Spółki pełnił obowiązki w następującym składzie:

1. **Mateusz Śmieżewski** – Prezes Zarządu;
2. **Tomasz Lewandowski** – Członek Zarządu;
3. **Bartłomiej Skarbiński** – Członek Zarządu;
4. **Marek Sutryk** – Członek Zarządu.



Mateusz Śmieżewski
Prezes Zarządu



Tomasz Lewandowski
Członek Zarządu



Bartłomiej Skarbiński
Członek Zarządu



Marek Sutryk
Członek Zarządu

4. PROKURENT

W Spółce nie działa prokurent.

5. RADA NADZORCZA JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ

Rada Nadzorcza Spółki pełniła w 2023 roku obowiązki w następującym składzie:

1. **Michał Wrzolek** – Przewodniczący Rady Nadzorczej od 28 sierpnia 2020 r.,
2. **Agnieszka Dyszczyk** – Członek Rady Nadzorczej od 28 sierpnia 2020 r.,
3. **Wojciech Iwaniuk** – Członek Rady Nadzorczej od 28 sierpnia 2020 r.,
4. **Marcin Kuciapski** – Członek Rady Nadzorczej od 28 sierpnia 2020 r. do 4 lipca 2023 r.,
5. **Bartosz Lis** – Członek Rady Nadzorczej od 28 sierpnia 2020 r.,

Skład osobowy Rady Nadzorczej Spółki uległ zmianie w 2023 roku.

4 lipca 2023 r. rezygnację złożył Pan Marcin Kuciapski. W dniu 8 stycznia 2024 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki powołało do Rady Nadzorczej Pana Łukasza Kwiatkowskiego.

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Rada Nadzorcza pełni swoje obowiązki w następującym składzie.

1. **Michał Wrzolek** – Przewodniczący Rady Nadzorczej,
2. **Agnieszka Dyszczyk** – Członek Rady Nadzorczej,
3. **Wojciech Iwaniuk** – Członek Rady Nadzorczej,
4. **Bartosz Lis** – Członek Rady Nadzorczej,
5. **Łukasz Kornel Kwiatkowski** – Członek Rady Nadzorczej.

6. WYBRANE DANE FINANSOWE

Grupa w roku 2023 odnotowała dodatni wynik finansowy w wysokości **8 762 824,10 zł** (słownie: osiem milionów siedemset sześćdziesiąt dwa tysiące osiemset dwadzieścia cztery złote 10/100), gdzie:

Wyszczególnienie	2022	2023
	PLN	PLN
Przychody netto ze sprzedaży produktów, tow. i mat.	44 246 259	40 509 858
Pozostałe przychody operacyjne	17 296	4 464
Przychody finansowe	0	4 309 572
Suma uzyskanych przychodów	44 263 555	44 823 894
Koszty działalności operacyjnej	36 383 044	36 656 990
Pozostałe koszty operacyjne	75 083	78 690
Koszty finansowe	296 346	1 018 819
Suma poniesionych kosztów	36 754 473	37 754 499
Odpis wartości firmy	33 955	33 955
Odpis ujemnej wartości firmy	2 494 686	2 286 795
Podatek dochodowy	390 864	559 410
Wynik finansowy	9 578 949	8 762 824

W związku z wprowadzeniem nowej strategii operacyjnej w ostatnim kwartale roku 2023, GAMIVO S.A. Dzięki tym działaniom, Spółka skupi się na kluczowych obszarach swojej działalności, co ma na celu optymalizację efektywności operacyjnej i finansowej. Oczekujemy, że efekty tych zmian będą widoczne już od pierwszego kwartału 2024 roku, kiedy to przewidujemy powrót do generowania dodatniego wyniku operacyjnego i netto.

Wybrane pozycje skonsolidowanego bilansu

Wyszczególnienie	2022	2023
	PLN	PLN
Aktywa trwałe	6 252 725	2 665 264
Aktywa obrotowe	22 222 568	8 949 986
Udziały (akcje) własne	0	15 000 000
Aktywa/pasywa razem	28 475 293	26 615 250
Kapitał własny	17 342 154	25 738 057
Kapitał podstawowy	100 750	201 500
Należności długoterminowe	180 618	203 067
Należności krótkoterminowe ¹	4 877 216	1 412 614
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	16 278 897	7 496 371
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Zobowiązania krótkoterminowe ²	6 357 787	650 546

Źródło: Emitent

W dniu 14 listopada 2023 r. Zarząd GAMIVO S.A. reprezentujący większościowego udziałowca Spółki GAMIVO.com Limited podjął uchwałę w sprawie podziału zysku netto wygenerowanego przez GAMIVO.com Limited za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 r. w łącznej kwocie 1.511.748,00 EUR (słownie: jeden milion pięćset jedenaście tysięcy siedemset czterdzieści osiem euro 00/100) przeznaczając 100% zysku netto na wypłatę dywidendy dla udziałowców Spółki. Udziałowcem posiadającym na dzień 14 listopada 2023 r. 100% udziałów w spółce GAMIVO.com Limited była spółka GAMIVO S.A.

¹ Na kwotę należności składają się blokady na bramach płatności (ang. rolling reserves) oraz kwota kredytu kupieckiego udzielona jednemu z partnerów biznesowych. Rolling reserves to model stosowany przez bramy płatności, który polega na tym, że część kwoty transakcji jest tymczasowo zatrzymywana przez bramę płatności. Kwota ta jest przechowywana zwykle od kilku do kilkunastu dni, tygodni lub nawet miesięcy. Po upływie tego czasu, środki są uwalniane i przekazywane do konta sprzedawcy. Celem rolling reserves jest zminimalizowanie ryzyka dla bramy płatności i zapewnienie, że w przypadku spornych transakcji lub zwrotów, brama płatności będzie miała wystarczającą ilość środków, aby zwrócić pieniądze kupującym. W 2023 roku kredyt kupiecki został spłacony, z kolei w związku ze sprzedażą spółki Gamivo.com Limited blokady na bramach płatności zostały wyłączone z konsolidacji.

² Zobowiązania krótkoterminowe stanowiły głównie zobowiązania wobec sprzedawców na platformie GAMIVO.com. Środki ze sprzedaży produktów są przetrzymywane przez GAMIVO przez umowy okres w celu zminimalizowania ryzyka oraz ochrony kupujących. W związku ze sprzedażą spółki Gamivo.com Limited w 2023 r., na koniec roku bilansowego dane te nie podlegają konsolidacji.

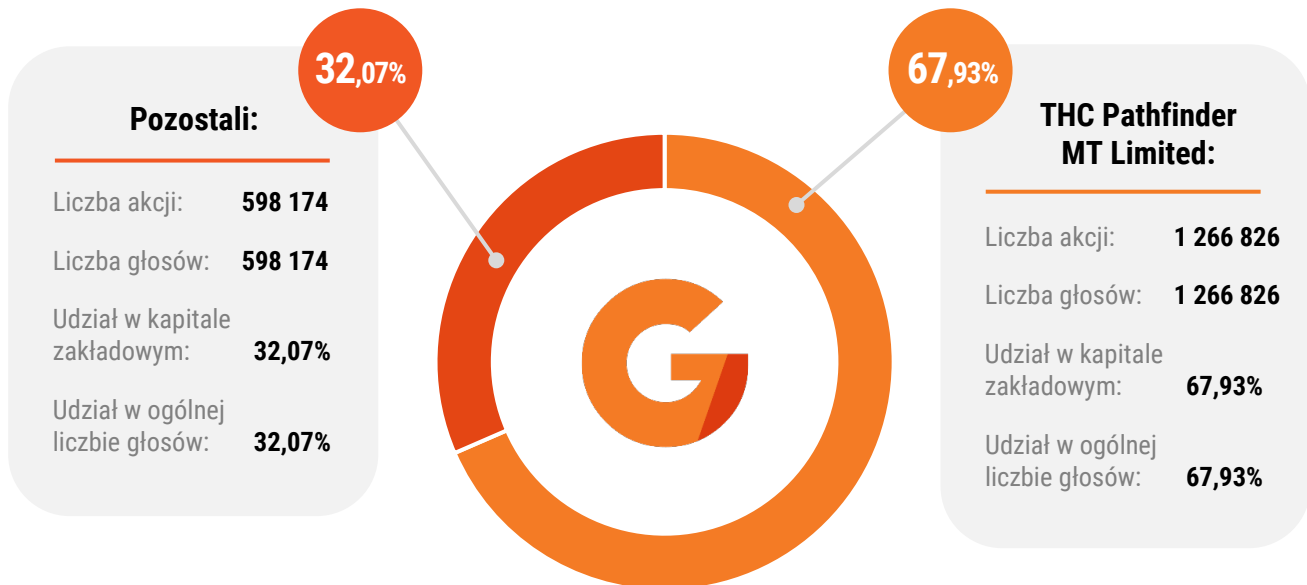
Zarząd GAMIVO S.A. rekomenduje Radzie Nadzorczej oraz Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki, aby zysk netto w wysokości 9 307 024,30 zł (słownie: dziewięć milionów trzysta siedem tysięcy dwadzieścia cztery złote 30/100), wypracowany przez Spółkę GAMIVO S.A. w roku obrotowym 2023 podzielić następująco:

- kwotę w wysokości 6 000 000,00 zł (słownie: sześć milionów złotych 00/100) przeznaczyć na wypłatę dywidendy Akcjonariuszom w wysokości 3,22 zł (słownie: trzy złote 22/100) na 1 akcję Spółki;
- kwotę w wysokości 3 307 024,30 zł (słownie: trzy miliony trzysta siedem tysięcy dwadzieścia cztery złote 30/100) przeznaczyć na kapitał zapasowy Spółki.

Ostateczną i wiążącą decyzję o podziale zysku za rok obrotowy 2023, wypłacie dywidendy i wysokości dywidendy podejmie Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.

7. AKCJONARIUSZE

Struktura akcji w Spółce na dzień publikacji raportu przedstawia się następująco:



Łącznie:

Liczba akcji:	1 865 000	Liczba głosów:	1 865 000
Udział w kapitale zakładowym:	100%	Udział w ogólnej liczbie głosów:	100%

Źródło: Emitent.

8. ZDARZENIA ISTOTNIE WPLYWAJĄCE NA DZIAŁALNOŚĆ

NOWA STRATEGIA BIZNESOWA – Z końcem listopada 2023 GAMIVO przyjęła Strategiczny Plan Rozwoju i Innowacji. Celem było uproszczenie struktury oraz przygotowanie jej do licencjonowania platformy przez inne podmioty. Nowa strategia nastawiona jest na efektywniejszą pracę nad kluczowymi elementami platformy, czyli technologią, marką, ofertą produktową i jakością obsługi. Dzięki zmianom Emitent bardziej koncentruje się na kluczowych kompetencjach, oddając bieżącą obsługę w ręce licencjobiorców. Platforma GAMIVO.com, w tym know-how, technologia, oprogramowanie, logo, domena i strona internetowa, a także wszelka własność intelektualna, pozostaje w posiadaniu GAMIVO S.A. Budowa oferty i marki oraz obsługa klientów pozostały po stronie Spółki Gamivo.com Limited, która będzie nadal operatorem platformy, odpowiedzialnym przede wszystkim za obsługę transakcji, procesowanie płatności i wydawanie produktów cyfrowych do kupujących. Dotychczas spółka GAMIVO.com Limited była jedynym operatorem, a po zmianie strategii może być ich więcej – żaden na zasadach wyłączności. Zmiana ta umożliwi rozpoczęcie poszukiwania nowych partnerów w tym obszarze, którzy koncentrują się na działalności finansowej. Dzięki temu mogą osiągnąć wyższą efektywność, ponieważ specjalizują się w obsłudze danych rynków – specyficznych kanałów płatności, marketingowych i sprzedażowych.

Ze strony klientów i dostawców współpraca będzie wyglądać tak samo, różni się sposób rozliczeń z GAMIVO S.A. Zmiana była nie tylko optymalizacją procesów biznesowych, ale również wyjściem naprzeciw oczekiwaniom klientów. Dzięki większej koncentracji na podstawowych zadaniach Spółka może lepiej i szybciej odpowiadać na ich potrzeby. Również współpraca z lokalnymi operatorami platformy to krok w tym kierunku. Dotychczas Grupa Kapitałowa GAMIVO głównie generowała przychody z zarządzania platformą. Po zmianach są to przede wszystkim opłaty licencyjne od operatorów platformy.

SPRZEDAŻ GAMIVO.COM LIMITED – Jedynym z elementów nowej strategii była sprzedaż Gamivo.com Limited, dotychczas jedynego operatora platformy, który odpowiadał przede wszystkim za obsługę płatności – od klientów, do dostawców oraz pomiędzy systemami płatności. W nowej strategii GAMIVO skupi się na rozwoju technologicznym platformy i poszerzaniu oferty produktowej.

Równolegle, GAMIVO S.A. i Gamivo.com Limited podpisały umowę znacząco zwiększającą opłatę licencyjną ze skutkiem od 1 stycznia 2023 r. z dotychczasowych 5 proc. od przychodów osiągniętych przez licencjobiorcę z tytułu prowadzenia platformy.

PREMIERY GIER – Nowe, głośne tytuły napędzają rynek i pozwalają generować wyższe obroty oraz zyski. Dlatego Emitent zawsze dokłada starań, aby w pełni wykorzystać potencjał sprzedażowy premier. Przykładem tego była wydana w lutym 2023 r. gra Hogwarts Legacy. Kompleksowe działania marketingowe sprawiły, że tytuł osadzony w

świecie Harry'ego Pottera pobił rekord platformy GAMIVO.com pod względem zamówień przedpremierowych, przyczyniając się do wzrostu liczby użytkowników oraz osiągnięcia w pierwszym kwartale historycznego zysku netto.

Niestety, dalsza część roku pod względem nowych tytułów okazała się bardzo specyficzna. Panowały okresy, kiedy dużych premier brakowało w ogóle lub wychodzące tytuły nie spełniały oczekiwań, co szybko wyhamowało entuzjazm klientów. Natomiast na przełomie III i IV kwartału nastąpiła kumulacja nowych produkcji z segmentu AAA. Okres ten tradycyjnie był momentem wzmożonej aktywności wydawniczej, jednak sytuację z 2023 roku bez wątpienia można uznać za bezprecedensową. Ukazały się wówczas m.in. EA Sports FC 24, Mortal Kombat 1, Starfield, Marvel's Spider-Man 2, Super Mario Bros. Wonder, Alan Wake II oraz Widmo Wolności, czyli dodatek do Cyberpunka 2077, który dodatkowo pobudził zainteresowanie podstawową grą. Tak znaczny wysyp pozycji z segmentu AAA na przestrzeni zaledwie kilku tygodni doprowadził do tego, że wzajemnie zmniejszały one swoją sprzedaż. Klienci bowiem – z powodu ograniczeń finansowych i czasowych – byli w stanie sięgnąć tylko po określoną liczbę tytułów mimo nagłego pojawienia się wielu ciekawych gier.

Warto przy tym także zaznaczyć, że wszystkie obecne na rynku podmioty rywalizowały o klienta, starając się zaproponować jak najkorzystniejszą cenę. Pociągnęło to za sobą wzrost kosztów pozyskania użytkownika. GAMIVO skutecznie dążyło do tego, aby w ofercie mieć wszystkie popularne premiery, dając w ten sposób klientom najpełniejszy możliwy wybór. Wykorzystano także potencjał sprzedażowy nowości, poprzez używanie zróżnicowanych kanałów marketingowych. Niemniej bezsprzecznym jest, że większe rozproszenie w czasie premier z pewnością pozytywnie wpłynęłoby na ich sprzedaż, eliminując element niezwykle licznej konkurencji.

NOWY PROCES ZAKUPOWY - Zrozumienie potrzeb i oczekiwań użytkowników to podstawa sukcesu każdej platformy e-commerce. Właśnie dlatego Spółka podjęła decyzję o przeprowadzeniu gruntownego przeglądu ścieżki zakupowej i wprowadzenie ulepszonych procesów zakupowych. Projekt ten był jednym z priorytetowych planów GAMIVO w 2023 roku. Podczas jego przygotowania uwzględniono zarówno potrzebę zapewnienia klientom najwyższej jakości doświadczeń zakupowych opracowanych z uwzględnieniem najlepszych trendów UX oraz UI, jak i optymalizację pod względem maksymalizacji korzyści biznesowych. Z tego powodu prace rozpoczęto już w I kwartale, natomiast przebudowany proces zakupowy został udostępniony klientom GAMIVO w drugim półroczu. Nowy wygląd koszyka, prócz ułatwienia i skracania drogi pomiędzy wyborem produktu, a jego zakupem, w bardzo przejrzysty sposób prezentuje korzyści płynące z decydowania się na dodatkowe produkty oferowane przez GAMIVO, a więc CPP (Customer Protection Program) oraz usługę subskrypcyjną GAMIVO SMART.

Ostateczne rozwiązania wybrano po przeprowadzeniu testów A/B, które pozwoliły wybrać i wdrożyć te, które okazały się najlepsze dla użytkowników. Pokazały one także, że nowa ścieżka daje pożądane efekty. Przed

wszystkim osiągnięto najważniejszy cel, jakim była poprawa konwersji. W badanym okresie odnotowano wzrost tego wskaźnika o ponad 1,5 p.p. – do 6,9 proc., a więc znacznie powyżej poziomu, który w e-commerce uznaje się za dobry. Dlatego Emitent uznaje, że projekt zakończył się sukcesem, osiągając cele biznesowe oraz spotykając się z pozytywnym przyjęciem ze strony użytkowników. Dodatkowo warto zauważyć, że zwiększenie konwersji jest dodatkowym atutem podczas przyszłych procesów licencjonowania opracowanej przez GAMIVO platformy.

WERYFIKACJA POPRZEZ SUMSUB – Dbałość o zapewnienie najwyższego możliwego poziomu bezpieczeństwa to podstawa dla każdego działającego w sieci sklepu oraz platformy sprzedażowej. Dlatego Spółka nieustannie dokłada starań, żeby skutecznie zapobiegać wszelkim ewentualnym próbom oszustwa, kradzieży czy innych bezprawnych działań. Istotny krok w tym kierunku wykonano w marcu 2023 roku. Zespół Wsparcia GAMIVO w całości przeszedł wówczas na automatyczną weryfikację użytkowników przy pomocy platformy Sumsb.

Rozwiązanie to chroni zarówno użytkowników, jak i Spółkę, a dodatkowo ma szereg kolejnych atutów. Weryfikacja poprzez Sumsb jest skuteczna i szybka, a więc także wygodniejsza dla klientów. W dodatku jest ona całkowicie automatyczna, a więc sprawia, że cały czas rosnąca liczba użytkowników nie spowoduje konieczności stworzenia dodatkowych etatów w Zespole Wsparcia. Pokazuje to, że Spółka nieustannie dąży do optymalizacji oraz skalowania działalności.

ROZWÓJ KLUCZOWYCH ZESPOŁÓW – W 2023 roku GAMIVO kontynuowało optymalizację działalności. W tym celu przeprowadzono restrukturyzację działów, poprawiając w ten sposób przepływ informacji oraz zwiększając zaangażowanie pracowników w prowadzone przez Emitenta projekty. Dodatkowo wzmocnione zostały kluczowe działy. Rozbudowany został zespół odpowiedzialny za przygotowanie analiz biznesowych. Był to niezbędny krok między innymi do tego, aby jak najlepiej estymować opłacalność planowanych projektów oraz zmian na platformie, a co za tym idzie skuteczniejszej skalować biznes i podnosić efektywność monetyzacji. Takie podejście pozwala też na jeszcze głębsze zrozumienie rynku, potrzeb klientów oraz identyfikację potencjalnych szans i zagrożeń w otoczeniu biznesowym.

Do zespołu GAMIVO dołączyła również osoba odpowiedzialna za rozwój profili platformy w mediach społecznościowych. Umożliwiło to skuteczniejszą komunikację z obecnymi i potencjalnymi klientami, a także dotarcie do znaczącej liczby nowych odbiorców. Dodatkowo, prócz wzmocnienia działalności w serwisach, gdzie Spółka była już obecna, utworzenie kolejne kanały. Warto tu wspomnieć przede wszystkim platformę TikTok, która jest niezwykle popularna zwłaszcza wśród młodszych osób. Dostarczanie atrakcyjnej zawartości w tym serwisie jest więc działaniem Emitenta, które nie tylko pozwala aktywnie pozyskiwać użytkowników, ale także budować świadomość marki i przywiązanie do niej. Mimo krótkiego istnienia profil GAMIVO na TikToku może pochwalić się filmami, które dotarły do ponad 2 mln osób.

SIECI AFILIACYJNE – W ramach realizacji założeń strategicznych określonych na początku roku, firma GAMIVO podjęła decyzję o poszerzeniu swojego zasięgu poprzez współpracę z czołowymi sieciami afiliacyjnymi, takimi jak CJ i Rakuten. Dodatkowo, nawiązując do wcześniejszych doświadczeń, pogłębiono kooperację z siecią Awin o kolejne rynki. Współpraca z tak renomowanymi partnerami w dziedzinie marketingu afiliacyjnego otworzyła przed GAMIVO drzwi do szerokiego spektrum nowych możliwości promocyjnych. Współpraca z sieciami afiliacyjnymi pozwala firmie dotrzeć do szerokiej bazy afiliantów, którzy promują jej ofertę w zamian za prowizję od sprzedaży. To z kolei przekłada się na zwiększenie liczby potencjalnych klientów oraz rozszerzenie obecności marki na nowe, wcześniej nieeksplorowane rynki.

Poprzez taki model współpracy Spółka ma możliwość korzystania z ekspertyzy i narzędzi dostarczanych przez sieci afiliacyjne, co umożliwi lepsze targetowanie reklam i dostosowywanie strategii marketingowych do konkretnych grup odbiorców. W dłuższej perspektywie, taka współpraca nie tylko przyczynia się do zwiększenia obrotów i rozpoznawalności marki, ale także buduje zaufanie i wiarygodność wśród partnerów biznesowych oraz klientów. Inwestycja w rozwijanie relacji z sieciami afiliacyjnymi jest więc krokiem w stronę umocnienia pozycji GAMIVO na konkurencyjnym rynku oraz długoterminowego wzrostu firmy.

WSPÓŁPRACA Z PAYPAL – GAMIVO rozwinęło współpracę z serwisem PayPal, czyli znaną marką zajmującą się płatnościami internetowymi. Platforma GAMIVO.com stała się jednym z pierwszych serwisów, gdzie została wdrożona usługa PP ACDC (PayPal advanced credit and debit card payments). Dzięki nowej funkcjonalności klienci zyskali możliwość płacenia kartami kredytowymi i debetowymi także poprzez PayPal. Dodatkowo obie firmy przeprowadziły wspólną akcję marketingową, w ramach której wybrani użytkownicy otrzymali zniżki do wykorzystania na platformie GAMIVO. Tym samym Emitent kolejny raz udowodnił, że szybko i skutecznie odpowiada na potrzeby użytkowników oraz dba o ich wygodę, oferując jak najszerszy wachlarz metod płatności.

PAYBACK - W połowie października GAMIVO dołączyło do jednego z najbardziej znanych i najdłużej istniejących programów lojalnościowych. Tym samym Spółka stanęła obok największych marek, w tym popularnych sklepów i serwisów, których usługi i produkty są dostępne dla posiadaczy karty lub aplikacji Payback.

W przypadku GAMIVO umożliwiono wymianę zgromadzonych punktów na doładowanie portfela na platformie. Zgromadzone w ten sposób środki można wykorzystać w dowolnym czasie i na wszystkie produkty z dostępnej na platformie oferty. Tak elastyczne podejście było nakierowane na zachęcenie klientów do skorzystania z dostępnej w programie Payback propozycji GAMIVO. Emitent upatrywał w tym jednej z dróg do dalszej rozbudowy bazy klientów oraz zachęcania do kolejnych zakupów osób już obecnych na platformie. Dołączenie do Payback wpisało się także w ramy kompleksowej strategii budowy wizerunku marki i zwiększania jej obecności w najpopularniejszych programach lojalnościowych.

ŻABKA – W pierwszym kwartale 2023 roku kody do wykorzystania na GAMIVO ponownie trafiły do aplikacji mobilnej sieci Żabka. Była to już trzecia odsłona współpracy Emitenta oraz popularnej sieci sklepów. Kolejny etap rozpoczął się 27 września. Tym razem osoby używające aplikacji mobilnej Żabka dostały możliwość wymiany zbieranych tam punktów lojalnościowych, czyli żappsów, na zniżki, które następnie mogą wykorzystać na platformie GAMIVO.com. Osoby używające aplikacji na co dzień są zaznajomione z technologią, a więc wpisują się we wzór potencjalnych klientów GAMIVO. Jeśli ktoś korzysta z telefonów podczas codziennych zakupów, to można założyć, że będzie zainteresowany grami wideo oraz innymi dobrami cyfrowymi dostępnymi na platformie. Co ważne, z aplikacji Żabka korzystało wówczas ponad 11 milionów osób, co dawało szansę dotarcia do bardzo szerokiego grona nowych klientów.

Warto też zaznaczyć, że rozpoczęta pod koniec trzeciego kwartału promocja zakłada ekspozycję logo GAMIVO wśród wszystkich nagród dostępnych w aplikacji. Dzięki temu, nawet osoby, które nie zdecydowały się przeznaczyć zbieranych punktów na rabaty na GAMIVO.com, mogą oswajać się z marką. Kolejnym plusem płynącym z kooperacji z Żabką jest fakt, że informacje o organizowanych wspólnie promocjach są chętnie publikowane zarówno przez media biznesowe, jak i redakcje specjalizujące się w pisaniu o grach oraz technologii. Nie inaczej było i tym razem, co także wpłynęło na zwiększenie rozpoznawalności brandu GAMIVO wśród grupy docelowej.

COCA-COLA – W maju 2023 Spółka rozpoczęła wspólną akcję marketingową z firmą Coca-Cola. Ten producent napojów jest jedną z najpopularniejszych marek na świecie, a według części badań także liderem rozpoznawalności wśród wszystkich brandów nie technologicznych. To kolejny dowód na to, że GAMIVO skutecznie znajduje partnerów pośród biznesowych gigantów. Promocja przeznaczona była na rynki chorwacki i słoweński. Także w tym przypadku zniżki na platformę GAMIVO.com pojawiły się jako nagrody w aplikacji do zbierania punktów lojalnościowych. To także kolejny przykład na znajdowanie przez GAMIVO synergii z markami niezwiązanymi z gamingiem i e-commerce.

Promocja spotkała się z bardzo dobrym przyjęciem, dlatego obie strony postanowiły rozszerzyć współpracę. Nowa wspólna akcja odbyła się w IV kwartale. Zdecydowano się ją także rozszerzyć na kolejne bałkańskie państwo, a mianowicie Bośnię i Hercegowinę. Tym samym znacząco zwiększono potencjalne grono odbiorców. Podobne akcje niosą trudne do przecenienia korzyści. Z jednej strony otwierają drzwi dla kolejnych współprac, zdecydowanie podnosząc renomę GAMIVO w oczach potencjalnych partnerów. Dla wielu firm kooperacja z Coca-Colą jest wystarczającym gwarantem wiarygodności i najlepszą zachętą, by także podjąć kontakty biznesowe. Z drugiej zaś strony to możliwość dotarcia do olbrzymiej rzeszy klientów kupujących napoje koncernu, wśród których – prócz Coli – znajduje się między innymi Sprite, Fanta, Kinley i Kropla Beskidu.

WORLD OF WARSHIPS – W drugiej połowie marca rozpoczęła się kolejna współpraca marketingowa GAMIVO oraz producenta gier, studia Wargaming. Jednym z głównych elementów tego etapu była związana z World of Warships kampania nakierowana na Niemcy, Hiszpanię, Francję i Wielką Brytanię, a więc rynki niezwykle istotne dla Spółki. Sukces promocji sprawił, że zdecydowano się na jej kontynuację w lipcu. Tym razem jej obszar rozszerzono na całą Unię Europejską. Dzięki temu akcja pozwalała na dalsze wzmocnienie pozycji platformy na najważniejszych dla niej rynkach, jednocześnie stwarzając możliwość walki o klientów w krajach przejawiających duży potencjał do rozbudowy bazy użytkowników. Na uwagę zasługuje z pewnością fakt, że promocja cieszyła się tak ogromnym zainteresowaniem, że zaplanowane cele zostały zrealizowane w czasie zaledwie kilku dni. GAMIVO było też partnerem stoiska World of Warships podczas targów Poznań Game Arena, czyli największej poświęconej gamingowi imprezie w Europie Środkowo-Wschodniej.

Warto dodać, że World of Warships to historyczną grą MMO, która codziennie przyciąga przed monitory ponad 80 tys. osób, natomiast łączna liczba graczy szacowana jest na ponad 6 mln. Każda kooperacja związana z tak popularnym tytułem daje możliwość reklamy oraz dotarcia do potencjalnych klientów, ponieważ informacje dotyczące World of Warships są chętnie publikowane przez media o tematyce technologicznej i udostępniane przez samych graczy na forach oraz w mediach społecznościowych.

ALIOR BANK - W sierpniu 2023 roku do grona partnerów biznesowych GAMIVO oficjalnie dołączył Alior Bank. W ramach pierwszego etapu łączonych działań do dostępnych dla uczestniczących w programie Mastercard Bezczenne Chwile klientów Alior Banku nagród dołączyły vouchery na GAMIVO. Druga wspólna akcja polegała na promowaniu kont bankowych ze specjalnymi korzyściami dla graczy. Wreszcie w październiku Emitent współpracował z Alior Bankiem podczas targów Poznań Game Arena.

Podjęcie współpracy z tak znaną i szanowaną instytucją niesie korzyści daleko wykraczające poza zyski bezpośrednio wynikające z umowy zawartej między obiema stronami. Pozwala bowiem GAMIVO konsekwentnie budować wizerunek wiarygodnego partnera. Jest także dowodem na to, że spółka wykorzystuje nieoczywiste sposoby promocji, szukając współprac wśród firm niezwiązanych bezpośrednio z branżą gier wideo. Wreszcie działanie takie świadczy o dobrej znajomości potencjalnych klientów. Obecnie średni wiek graczy to około 35 lat, a więc wirtualnej rozrywce oddają się osoby na co dzień korzystające z bankowości. Łączenie usług finansowych z gamingiem jest więc posunięciem pozwalającym GAMIVO dotrzeć do nowych użytkowników, a partnerowi odpowiadać na zapotrzebowanie jego klientów.

5 MILIONÓW UŻYTKOWNIKÓW - Od samego powstania platforma GAMIVO.com przekonywało do siebie klientów dzięki ogromnemu wyborowi dostępnych produktów, najwyższemu standardem obsługi użytkowników, stale udoskonalanemu procesowi zakupowemu oraz niebanalnym kampaniom marketingowym. Dzięki temu liczba

zarejestrowanych na platformie kont dynamicznie rośnie, osiągając kolejne kamienie milowe. 17 lipca 2023 roku przekroczony został kolejny symboliczny próg, gdyż GAMIVO przebiło pułap 5 milionów użytkowników. Osiągnięcie to było dowodem, że Spółka podejmuje trafne decyzje i zmierza w dobrym kierunku.

Systematycznie rosnąca liczba osób, które decydują się zaufać GAMIVO, stawia także wyzwania. Spółka dba więc o infrastrukturę mogącą obsłużyć zwiększony ruch. Prowadzone są też analizy pomagające ustalić, wprowadzenie na platformę jakich dodatkowych wersji językowych mogłoby skutecznie stymulować rozwój GAMIVO oraz jakich nowych funkcjonalności oczekują klienci. Na koniec roku liczba użytkowników, których obsłużenie umożliwiła stworzona przez Emitenta platforma wyniosła już ponad 5,3 mln.

KARTA ISIC – Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom studentów, którzy stanowią znaczną część graczy, GAMIVO w drugim kwartale 2023 roku rozpoczęło współpracę ze stowarzyszeniem ISIC odpowiadającym za wydawanie i rozwój Międzynarodowej Legitymacji Studenckiej (International Student Identity Card). Pierwsza, testowa, akcja objęła Portugalię jako rynek o interesującym potencjale. Nie bez znaczenia był także fakt, że portugalski jest jednym z ośmiu języków, w których dostępna jest platforma GAMIVO, dzięki czemu mieszkańcy tego kraju mogą z niej korzystać, omijając ewentualny problem, jakim mogłaby się okazać bariera językowa. Dostępne na platformie produkty bardzo dobrze wpisują się w potrzeby młodych ludzi, a więc także studentów, dzięki czemu współpraca testowa wypadła pomyślnie. Portugalscy posiadacze legitymacji ISIC docenili możliwość uzyskania zniżek na GAMIVO, a tym samym zaoszczędzenia na zakupie gier wideo oraz kart podarunkowych do wykorzystania w popularnych sklepach internetowych i serwisach streamingowych.

Naturalną konsekwencją sukcesu przeprowadzonych w Portugalii testów było rozszerzenie współpracy na kolejne rynki. Od końcówki września zniżki na GAMIVO stały się dostępne także dla studentów posiadających legitymację ISIC w Hiszpanii i Niemczech. Następnie dołączyły także Holandia, Szwecja, Dania, Norwegia, Finlandia, Islandia, Łotwa i Turcja. Otworzyło to dodatkowy kanał dotarcia do młodych użytkowników z tych krajów. Pokazuje to, że GAMIVO skutecznie znajduje sposoby przedstawienia swojej oferty nowym klientom oraz wykorzystuje niekonwencjonalne sposoby umacniania pozycji marki, a także zakorzenienia jej w zakupowych przyzwyczajeniach młodych osób.

9. KREDYTY, POŻYCZKI, PORĘCZENIA, GWARANCJE

Spółka nie udzieliła gwarancji ani poręczeń.

Spółka nie udzieliła ani nie zaciągnęła pożyczek.

Spółka nie emitowała obligacji.

10. OPIS RYZYK I ZAGROŻEŃ

Zarząd ponosi odpowiedzialność za ustanowienie i nadzór nad zarządzaniem ryzykiem przez Spółkę, w tym identyfikację i analizę ryzyk, na które Spółka jest narażona, określenie odpowiednich ich limitów i kontroli, jak też monitorowanie ryzyka i stopnia dopasowania do limitów. Zasady i procedury zarządzania ryzykiem podlegają regularnym przeglądom w celu uwzględnienia zmiany warunków rynkowych i zmian w działalności Spółki.

Działalność Spółki narażona jest na wystąpienie zdarzeń nadzwyczajnych, takich jak np. wybuch epidemii. Pandemia koronawirusa (SARS-CoV-2) wywarła negatywny wpływ na światową gospodarkę. Wynika to m.in. ze zmniejszenia aktywności gospodarczej oraz z zaburzenia funkcjonowania globalnych łańcuchów dostaw. Zarząd Spółki zaznacza, że wprowadził efektywny model pracy zdalnej, a aktualny stan zagrożenia epidemicznego nie ma wpływu na realizację bieżących prac Spółki i Grupy.

Charakter prowadzonej przez Spółkę działalności gospodarczej nie wiąże się z ryzykiem uzależnienia od dostawców. Należności na rzecz Spółki są, co do zasady należnościami krótkoterminowymi. Spółka nie przewiduje trudności w egzekwowaniu należności na swoją rzecz.

KURS EURO – W 2023 roku widoczny był spadek kursu euro względem złotówki. Taka tendencja na rynku walutowym nie pozostała bez wpływu na sytuację finansową firm prowadzących transakcje międzynarodowe. W przypadku spółek, które – podobnie jak Emitent – większość przychodów generują w euro, osłabienie waluty wspólnotowej wpływa na obniżenie wartości przychodów po przeliczeniu na złotówki. Dodatkowo, fluktuacje walutowe wpłynęły na wartość aktywów i pasywów spółki denominowanych w euro, co może wpłynąć na bilans ogólny firmy. Zarząd GAMIVO monitorował sytuację na rynku walutowym i dostosowywał strategię finansową, aby zminimalizować negatywne skutki wahań kursowych, które widać było szczególnie w wynikach za II kwartał.

NIEKORZYSTNE PROCESY GOSPODARCZE – Emitent łączy e-commerce oraz gaming, który jest głównym polem działalności operatora platformy GAMIVO.com. Obie te branże wciąż rosną, jednak ich rozwój został spowolniony przez globalne procesy gospodarcze, a w szczególności inflację oraz recesję. Sprawilo to, że klienci ogólnie ograniczali zakupy i szukali oszczędności. Brak dynamicznych wzrostów nie był więc problemem wyłącznie e-commerce, a wynikał z kondycji handlu oraz ogólnego spadku obrotów. Z kolei obserwowane na niektórych rynkach spadki udziału e-commerce w handlu detalicznym były pochodną tego, że klienci rezygnowali z produktów i usług, które najczęściej kupowane są online, w tym wydatków na hobby. Należy jednak podkreślić, że coraz więcej osób docenia wygodę oraz niższe koszty, jakie zapewnia e-commerce. Co za tym idzie, branża ta rozwija się i pozytywny trend nadal jest widoczny, chociaż niemożliwe było utrzymanie narzuconej przez pandemię dynamiki wzrostu. Na uwagę zasługuje więc to, że nawet w okresie recesji GAMIVO generowało stabilne wyniki finansowe i przynosiło

zyski. Pozwalający na skalowanie model biznesowy sprawia, że poprawa koniunktury automatycznie przełoży się na wzrost obrotów na platformie.

Podobnie tendencje zauważyć można w przypadku rynku gier wideo. Globalna sytuacja finansowa sprawiła, że prognozy wzrostu okazały się przeszacowane. Nie zmienia to faktu, że wartość branży sukcesywnie rośnie i według raportu Newzoo w 2023 roku generowane przez nią przychody wyniosły 184 miliardy dolarów. Nieustannie rośnie też liczba osób sięgających po cyfrową rozrywkę. Wspomniane opracowanie wskazuje, że w 2023 roku na świecie było już blisko 3,3 miliarda graczy, a więc wzrost rok do roku wyniósł 4,3 proc. To pokazuje, że działalność operatora platformy – Gamivo.com Ltd. – wciąż ma miejsce do rozwoju, co przełoży się także na wyniki osiągnięte przez Emitenta.

WOJNA W UKRAINIE – Na ten moment izolacja Rosji oraz Białorusi, a także sytuacja w Ukrainie pozostały bez większego wpływu na działalność samej platformy, dla której najważniejsze rynki to Europa Zachodnia oraz Stany Zjednoczone. Niemniej nie można całkowicie wykluczyć ryzyka, że trwająca od 2022 roku wojna wywołana rosyjską agresją może wpłynąć na wyniki Spółki, szczególnie w przypadku przedłużania się konfliktu, jego eskalacji lub rozlania.

Na dzień sprawozdawczy nie występują inne przewidywane ryzyka mogące mieć wpływ na prowadzoną działalność, w szczególności brak jest ryzyka utraty płynności finansowej czy zakłóceń przepływów środków pieniężnych.

Z uwagi na bardzo dobre wyniki finansowe oraz wysoki kapitał obrotowy netto Spółki i jej Grupy Kapitałowej, opisane wyżej okoliczności nie stanowią zagrożenia dla Spółki i poszczególnych jednostek należących do Grupy Kapitałowej.

11. OSIĄGNIĘCIA W DZIEDZINIE BADAŃ I ROZWOJU

Grupa prowadziła w roku 2023 prace rozwojowe o charakterze innowacyjnym związane z rozwojem platformy e-commerce. Wartość prac rozwojowych skapitalizowanych na wartościach niematerialnych i prawnych w roku 2023 wyniosła 538,4 tys. złotych.

12. CELE GRUPY

W ocenie Zarządu stały wzrost zainteresowania rynkiem e-commerce i oferowanymi w jego ramach usługami, jak i możliwościami jakie wiążą się ze świadczeniem usług drogą elektroniczną, powodował będzie w latach kolejnych wzrost przychodu Spółki. W ramach dalszego rozwoju, Spółka planuje zwiększyć swoją rentowność poprzez

optymalizację procesów biznesowych, skuteczną strategię marketingową, a także poprzez rozszerzenie działalności na nowych rynkach nawiązując współpracę z partnerami handlowymi.

ROZWÓJ PLATFORMY - Podstawowym celem Spółki jest utrzymanie oraz dalszy rozwój udostępnianej platformy umożliwiającej łatwy i bezpieczny handel dobrami cyfrowymi. Emitent uważnie śledzi rynek e-commerce, rozwój technologii oraz najlepsze trendy UX i UI, aby dostarczany serwis niezmiennie prezentował najwyższy możliwy poziom. Posiadane przez GAMIVO zasoby, w tym zespoły deweloperskie, są gwarantem sprawnego wprowadzania zarówno doraźne usprawnienia, jak i ambitne zmiany wymagające wielomiesięcznej pracy.

Spółka współpracować będzie także z licencjobiorcami w celu jak najskuteczniejszego odpowiadania na potrzeby klientów. Nie wykluczane są więc takie zmiany jak wprowadzenie dodatkowych wersji językowych, nowych platform oraz kategorii produktowych.

LICENCJONOWANIE TECHNOLOGII – Opracowana przez GAMIVO technologia jest cały czas doskonała i reprezentuje najwyższe standardy e-commerce zarówno pod względem bezpieczeństwa, jak i samego procesu zakupowego. Wydajna obsługa ponad 5 milionów zarejestrowanych użytkowników to najlepszy dowód na skuteczność wdrażanych innowacji.

Sukces rozwijanej przez Emitenta platformy nie pozostał bez echa. Różne firmy zwracały się z pytaniami o możliwość korzystania z technologii GAMIVO. Spółka wyszła naprzeciw tym prośbom, ogłaszając 30 listopada Strategiczny Plan Rozwoju i Innowacji. Jego założenia otworzyły drogę do udzielania licencji wybranym podmiotom. Dzięki temu platforma będzie mogła liczyć zarówno na rozszerzenie działalności pod względem oferowanych produktów, jak i regionów, gdzie obecna jest marka GAMIVO. Zaznaczyć należy, że proces poszukiwania licencjobiorców jest planem długoterminowym. W trosce o dobro posiadanego brandu oraz jak najwyższą jakość świadczonych usług Spółka zamierza rygorystycznie weryfikować wszystkie zgłaszające się podmioty.

NOWE PROJEKTY – Spółka posiada niezbędne doświadczenie i uzdolnione zespoły deweloperskie pozwalające na rozwijanie nowoczesnej platformy e-commerce, ale także prowadzenie projektów niezwiązanych bezpośrednio z posiadaną przez Emitenta platformą. Prace takie rozpoczęły się już w 2023 roku i będą kontynuowane w przyszłości. GAMIVO zakłada, że nowe przedsięwzięcia w dłuższej perspektywie mogą stać się istotnym źródłem zysku. To pokazuje dążenie Spółki do dywersyfikacji źródeł przychodów, a tym samym skutecznego uniezależnienia osiągniętych wyników od wahań na rynku e-commerce oraz w sektorach działalności licencjobiorców.

Pierwszy taki projekt został zaprezentowany pod koniec 2023 roku. Jest to dostępna na komputery osobiste i urządzenia mobilne gra QuizVenture. Korzysta ona ze sztucznej inteligencji, ponieważ GAMIVO uważnie obserwuje rozwój AI i przeanalizowało, w jaki sposób można wykorzystać możliwości oferowane przez tę technologię. Quiz

pozwalający popisać się swoją wiedzą na temat gier wideo podczas pojedynków z przyjaciółmi oraz innymi graczami z całego świata zebrał pochlebne opinie. Będzie też w dalszym ciągu rozwijany, a dodatkowo stanowi bardzo istotne środowisko testowe, które pomoże podczas prac nad kolejnymi projektami.

Co ważne, Spółka niezmiennie skupia się na swojej podstawowej działalności. Dlatego głównym założeniem QuizVenture oraz przyszłych przedsięwzięć jest to, aby tworzone były w oparciu o już posiadane zasoby. Dzięki temu ewentualne ryzyko jest sprowadzone do absolutnego minimum i nie ma niebezpieczeństwa, że któryś z projektów negatywnie odbije się na technologii, której licencjonowanie jest głównym źródłem przychodów Emitenta.

13. PROGNOZOWANE ZMIANY W STRUKTURZE KAPITAŁOWEJ SPÓŁKI

Na dzień sprawozdawczy nie przewiduje się dokonywania zmian w strukturze kapitałowej Spółki.

14. INFORMACJE DOTYCZĄCE NABYCIA AKCJI WŁASNYCH

Zgodnie z uchwałami podjętymi w dniu 23 maja 2023 r. przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy GAMIVO S.A., przeprowadzono emisję akcji gratisowych oraz ogłoszono skup akcji własnych. Inwestorzy posiadający akcje GAMIVO na koniec notowań 28 czerwca 2023 r. uzyskali uprawnienia do otrzymania jednej gratisowej akcji za każdą posiadaną akcją GAMIVO. Podwyższenie kapitału zakładowego spółki poprzez emisję akcji gratisowych zostało opłacone z kapitału rezerwowego utworzonego na sfinansowanie akcji gratisowych. 11 sierpnia 2023 r. spółka złożyła do Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych wnioski o zarejestrowanie 1.007.500 akcji zwykłych na okaziciela serii C o wartości nominalnej 0,10 zł każda, celem wydania akcjonariuszom spółki. KDPW 23 sierpnia 2023 roku zawarł z emitentem umowę na rejestrację w depozycie papierów wartościowych wspomnianych akcji. 18 września 2023 roku do GPW został złożony wniosek o wprowadzenie do obrotu na rynku NewConnect akcji serii C, których pierwsze notowanie odbyło się 17 października 2023 r.

W 2023 roku przeprowadzono trzy rundy skupu akcji. Wszystkie cieszyły się bardzo dużym zainteresowaniem. 25 sierpnia, 25 września i 17 listopada 2023 roku GAMIVO nabyło bezpośrednio po 50.000 akcji stanowiących 2,48 proc. w kapitale zakładowym spółki. Cena zakupu akcji w ramach każdego z zaproszeń wynosiła 100,00 zł za jedną akcję. Łącznie przeznaczono na skup 15 mln zł, a w wyniku przeprowadzanych skupów Spółka weszła w posiadanie 150.000 akcji, stanowiących 7,44 proc. w kapitale zakładowym i uprawniających do 150.000 głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki (7,44 proc ogólnej liczby głosów).

Akcje własne nabyte w ramach skupu zostały zakupione celem umorzenia. Dlatego też w dniu 8 stycznia 2024 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło decyzję o dobrowolnym umorzeniu 150.000 sztuk akcji,

w których posiadanie Emitent wszedł do 7 grudnia 2023 roku. Spółce jako akcjonariuszowi akcji umarzanych, nie przysługiwało z tego tytułu wynagrodzenie. Umorzenie zostało zarejestrowane w rejestrze przedsiębiorców w dniu 9 lutego 2024 r., natomiast akcje zostały wycofane z obrotu w dniu 6 marca 2024 r.

15. INSTRUMENTY FINANSOWE

Grupa nie posiada instrumentów finansowych, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń.

Charakterystyka posiadanych instrumentów finansowych:

PORTFEL	CHARAKTERYSTYKA (ILOŚĆ)	WARTOŚĆ BILANSOWA	WARUNKI I TERMINY WPLYWAJĄCE NA PRZYSZŁE PRZEPLYWY PIENIĘŻNE
Środki pieniężne	Środki pieniężne na rachunkach bankowych i na rachunkach pośredników płatności	7 496 370,75 -	

16. STOSOWANIE ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO

W 2023 r. Grupa stosowała zasady ładu korporacyjnego zawarte w Załączniku Nr 1 do Uchwały Nr 795/2008 Zarządu Giełdy z dnia 31 października 2008 r. „Dobre praktyki spółek notowanych na NewConnect”, zmienionym Uchwałą Nr 293/2010 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 31 marca 2010 r.

W dniu 29 kwietnia 2021 r. raportem bieżącym EBI nr 3/2021 Spółka opublikowała oświadczenie w przedmiocie przestrzegania zasad ładu korporacyjnego zawartych w ww. dokumencie w zakresie wskazanym poniżej. W okresie sprawozdawczym Spółka nie dokonała zmian w stosowanych zasadach ładu korporacyjnego.

LP.	ZASADA	TAK/NIE/ /NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
1.	Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki i interaktywny dostęp do informacji. Spółka, korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod, powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, wykorzystując w tym celu również nowoczesne metody komunikacji internetowej, umożliwiając transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.	TAK* * Z wyłączeniem transmisji obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestracji przebiegu obrad i upublicznienia go na stronie internetowej	Ze względu na koszty spółka nie będzie transmitować obrad walnego zgromadzenia i upubliczniać ich na stronie internetowej. W ocenie Zarządu koszty związane z techniczną obsługą transmisji oraz rejestracji przebiegu obrad walnego zgromadzenia są niewspółmierne do potencjalnych korzyści. W przyszłości spółka rozważy transmitowanie obrad walnego zgromadzenia.
2.	Spółka powinna zapewnić efektywny dostęp do informacji niezbędnych do oceny sytuacji i perspektyw spółki oraz sposobu jej funkcjonowania.	TAK	
3.1	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej: podstawowe informacje o spółce i jej działalności (strona startowa)	TAK	
3.2	opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której emitent uzyskuje najwięcej przychodów,	TAK	
3.3	opis rynku, na którym działa emitent, wraz z określeniem pozycji emitenta na tym rynku,	TAK	
3.4	życiorysy zawodowe członków organów spółki,	TAK	
3.5	powzięte przez zarząd, na podstawie oświadczenia członka rady nadzorczej, informacje o powiązaniach członka rady nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki,	TAK	
3.6	dokumenty korporacyjne spółki,	TAK	
3.7	zarys planów strategicznych spółki,	TAK	
3.8	opublikowane prognozy wyników finansowych na bieżący rok obrotowy, wraz z założeniami do tych prognoz oraz korektami do tych prognoz (w przypadku, gdy emitent takie publikuje)	NIE	Spółka nie zamierza w najbliższym czasie publikować prognoz finansowych

3.9	strukturę akcjonariatu emitenta, ze wskazaniem głównych akcjonariuszy oraz akcji znajdujących się w wolnym obrocie,	TAK
3.10	dane oraz kontakt do osoby, która jest odpowiedzialna w spółce za relacje inwestorskie oraz kontakty z mediami,	TAK
3.11	(skreślony)	-
3.12	opublikowane raporty bieżące i okresowe,	TAK
3.13	kalendarz zaplanowanych dat publikacji finansowych raportów okresowych, dat walnych zgromadzeń, a także spotkań z inwestorami i analitykami oraz konferencji prasowych,	TAK
3.14	informacje na temat zdarzeń korporacyjnych, takich jak wypłata dywidendy oraz innych zdarzeń skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza,	TAK
3.15	(skreślony)	-
3.16	pytania akcjonariuszy dotyczące spraw objętych porządkiem obrad, zadawane przed i w trakcie walnego zgromadzenia, wraz z odpowiedziami na zadawane pytania,	TAK
3.17	informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad wraz z uzasadnieniem,	TAK
3.18	informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy,	TAK
3.19	informacje na temat podmiotu, z którym spółka podpisała umowę o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy ze wskazaniem nazwy, adresu strony internetowej, numerów telefonicznych oraz adresu poczty elektronicznej Doradcy,	TAK
3.20	Informację na temat podmiotu, który pełni funkcję animatora akcji emitenta,	TAK
3.21	dokument informacyjny (prospekt emisyjny) spółki, opublikowany w ciągu ostatnich 12 miesięcy,	TAK
3.22	(skreślony)	-

	Informacje zawarte na stronie internetowej powinny być zamieszczane w sposób umożliwiający łatwy dostęp do tych informacji. Emitent powinien dokonywać aktualizacji informacji umieszczanych na stronie internetowej. W przypadku pojawienia się nowych, istotnych informacji lub wystąpienia istotnej zmiany informacji umieszczanych na stronie internetowej, aktualizacja powinna zostać przeprowadzona niezwłocznie.	TAK	
4.	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową, według wyboru emitenta, w języku polskim lub angielskim. Raporty bieżące i okresowe powinny być zamieszczane na stronie internetowej co najmniej w tym samym języku, w którym następuje ich publikacja zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta.	TAK	Emitent prowadzi korporacyjną stronę internetową w języku polskim
5.	Spółka powinna prowadzić politykę informacyjną ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb inwestorów indywidualnych. W tym celu Spółka, poza swoją stroną korporacyjną powinna wykorzystywać indywidualną dla danej spółki sekcję relacji inwestorskich znajdującą na stronie www.GPWInfoStrefa.pl .	NIE	Emitent nie wykorzystuje indywidualnej sekcji relacji inwestorskich znajdujących się na www.GPWInfoStrefa.pl W przyszłości spółka rozważy stosowanie tej praktyki
6.	Emitent powinien utrzymywać bieżące kontakty z przedstawicielami Autoryzowanego Doradcy, celem umożliwienia mu prawidłowego wykonywania swoich obowiązków wobec emitenta. Spółka powinna wyznaczyć osobę odpowiedzialną za kontakty z Autoryzowanym Doradcą.	TAK	
7.	W przypadku, gdy w spółce nastąpi zdarzenie, które w ocenie emitenta ma istotne znaczenie dla wykonywania przez Autoryzowanego Doradcę swoich obowiązków, emitent niezwłocznie powiadamia o tym fakcie Autoryzowanego Doradcę.	TAK	
8.	Emitent powinien zapewnić Autoryzowanemu Doradcy dostęp do wszelkich dokumentów i informacji niezbędnych do wykonywania obowiązków Autoryzowanego Doradcy.	TAK	
9.	Emitent przekazuje w raporcie rocznym:		
9.1	informację na temat łącznej wysokości wynagrodzeń wszystkich członków zarządu i rady nadzorczej,	TAK	
9.2	informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie.	NIE	Ze względu na konieczność zachowania tajemnicy handlowej i poufności zawartej umowy, Emitent nie będzie stosował powyższej praktyki w sposób ciągły.

10.	Członkowie zarządu i rady nadzorczej powinni uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.	TAK	
11.	Przynajmniej 2 razy w roku emitent, przy współpracy Autoryzowanego Doradcy, powinien organizować publicznie dostępne spotkanie z inwestorami, analitykami i mediami.	NIE	W przyszłości rozważy stosowanie tej praktyki.
12.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie emisji akcji z prawem poboru powinna precyzować cenę emisyjną albo mechanizm jej ustalenia lub zobowiązać organ do tego upoważniony do ustalenia jej przed dniem ustalenia prawa poboru, w terminie umożliwiającym podjęcie decyzji inwestycyjnej	TAK	
13.	Uchwały walnego zgromadzenia powinny zapewniać zachowanie niezbędnego odstępu czasowego pomiędzy decyzjami powodującymi określone zdarzenia korporacyjne a datami, w których ustalone są prawa akcjonariuszy wynikające z tych zdarzeń korporacyjnych.	TAK	
13a.	W przypadku otrzymania przez zarząd emitenta od akcjonariusza posiadającego co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w spółce, informacji o zwołaniu przez niego nadzwyczajnego walnego zgromadzenia w trybie określonym w art. 399 par.3 Ksh, zarząd emitenta niezwłocznie dokonuje czynności, do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem walnego zgromadzenia. Zasada ta ma zastosowanie również w przypadku upoważnienia przez sąd rejestrowy akcjonariuszy do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia na podstawie art. 400 par. 3 Ksh.	TAK	
14.	Dzień ustalenia praw do dywidendy oraz dzień wypłaty dywidendy powinny być tak ustalone, aby czas przypadający pomiędzy nimi był możliwie najkrótszy, a w każdym przypadku nie dłuższy niż 15 dni roboczych. Ustalenie dłuższego okresu pomiędzy tymi terminami wymaga szczegółowego uzasadnienia.	TAK	
15.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie wypłaty dywidendy warunkowej może zawierać tylko takie warunki, których ewentualne ziszczenie nastąpi przed dniem ustalenia prawa do dywidendy	TAK	

Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. Raport miesięczny powinien zawierać co najmniej:

- informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym emitenta, które w ocenie emitenta mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji finansowej oraz wyników finansowych emitenta,
- zestawienie wszystkich informacji opublikowanych przez emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem,
- informacje na temat realizacji celów emisji, jeżeli taka realizacja, choćby w części, miała miejsce w okresie objętym raportem,
- kalendarz inwestora, obejmujący wydarzenia mające mieć miejsce w nadchodzącym miesiącu, które dotyczą emitenta i są istotne z punktu widzenia interesów inwestorów, w szczególności daty publikacji raportów okresowych, planowanych walnych zgromadzeń, otwarcia subskrypcji, spotkań z inwestorami lub analitykami, oraz oczekiwany termin publikacji raportu analitycznego.

16.

NIE

Emitent nie widzi potrzeby publikacji raportów miesięcznych z uwagi na specyfikę branży. Emitent stoi na stanowisku, że raporty okresowe i bieżące dostarczają wystarczająco dużo informacji dla akcjonariuszy.

W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku informacyjnego określonego w Załączniku Nr 3 do Regulaminu ASO emitent powinien niezwłocznie opublikować, w trybie właściwym dla przekazywania raportów bieżących na rynku NewConnect, informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację.

16a.

TAK

17. (skreślony)

-

Zarząd GAMIVO S.A.:

Mateusz Śmieżewski
Prezes Zarządu

Tomasz Lewandowski
Członek Zarządu

Bartłomiej Skarbiński
Członek Zarządu

Marek Sutryk
Członek Zarządu

Szczecin, dnia 19 marca 2024 r.