



ARTIFEX MUNDI

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU  
Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY  
KAPITAŁOWEJ ARTIFEX MUNDI  
W I PÓŁROCZU 2017 ROKU



<b>WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY ARTIFEX MUNDI.....</b>	<b>3</b>
<b>PREZENTACJA GRUPY KAPITAŁOWEJ ARTIFEX MUNDI .....</b>	<b>4</b>
I.    PODSTAWOWE INFORMACJE .....	4
II.   SEGMENTY DZIAŁALNOŚCI .....	5
III.  STRATEGIA GRUPY .....	5
<b>PODSUMOWANIE DZIAŁALNOŚCI GRUPY ARTIFEX MUNDI W I PÓŁROCZU 2017 R.....</b>	<b>8</b>
I.    KLUCZOWE WYDARZENIA W GRUPIE W I PÓŁROCZU 2017 R. ORAZ DO DNIA ZATWIERDZENIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	8
II.   OPIS SYTUACJI FINANSOWEJ GRUPY W I PÓŁROCZU 2017 R. ....	9
1. <i>Skonsolidowany rachunek zysków i strat.....</i>	9
2. <i>Sprawozdanie z sytuacji finansowej Grupy.....</i>	10
3. <i>Przepływy pieniężne (mln zł).....</i>	13
III.  KLUCZOWE CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA WYNIKI GRUPY KAPITAŁOWEJ ARTIFEX MUNDI W I PÓŁROCZU 2017 R. ....	14
1. <i>Przychody ze sprzedaży.....</i>	14
2. <i>Koszty działalności.....</i>	16
3. <i>Aktywowane koszty gier komputerowych .....</i>	17
IV.  OMÓWIENIE NAJWAŻNIEJSZYCH WYDARZEŃ I PÓŁROCZA 2017 R. W GRUPIE KAPITAŁOWEJ ARTIFEX MUNDI .....	19
1. <i>Gry premium .....</i>	19
2. <i>Gry free-to-play .....</i>	20
<b>PERSPEKTYWY ROZWOJU GRUPY.....</b>	<b>23</b>
I.    PERSPEKTYWY KRÓTKOTERMINOWE.....	23
II.   PERSPEKTYWY DŁUGOTERMINOWE .....	24
<b>INFORMACJE DODATKOWE.....</b>	<b>24</b>
I.    CZYNNIKI RYZYKA .....	24
II.   KAPITAŁ LUDZKI .....	24
III.  AKCJONARIAT SPÓŁKI .....	25
IV.  ZARZĄD I RADA NADZORCZA .....	25
V.   INNE .....	26



## WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY ARTIFEX MUNDI

W tys. PLN	I półrocze 2017 r.	I półrocze 2016 r.
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	10 768,05	10 605,99
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	2 979,37	4 335,08
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	3 318,04	4 282,93
Zysk (strata) okresu	2 758,19	3 330,54
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-1 678,12	265,25
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-320,65	-48,99
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-36,71	-3,34
Przepływy pieniężne netto razem	-2 035,47	212,91

W tys. PLN	30 czerwca 2017 r.	30 czerwca 2016 r.
Aktywa trwałe	2 072,59	1 417,80
Aktywa obrotowe	43 858,61	28 108,79
Aktywa razem	45 931,20	29 526,59
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	4 326,47	3 733,08
Zobowiązania długoterminowe	806,97	496,16
Zobowiązania krótkoterminowe	3 519,51	3 236,92
Kapitał własny	41 604,73	25 793,51
Liczba akcji (szt.)	10 500 000	10 000 000
Średnioważona liczba akcji (szt.)	10 500 000	10 000 000
Zysk (strata) na jedną akcję (PLN)	0,26	0,33
Wartość księgową na jedną akcję (PLN)	3,96	2,58

Wszystkie dane w Sprawozdaniu Zarządu, o ile nie wskazano inaczej, obejmują okres styczeń – czerwiec 2017 roku, zaś porównania mówią o dynamice w stosunku do analogicznego okresu 2016 r. Wszystkie dane finansowe przedstawione są w tys. złotych, o ile nie wskazano inaczej.

# PREZENTACJA GRUPY KAPITAŁOWEJ ARTIFEX MUNDI

## I. PODSTAWOWE INFORMACJE

### Artifex Mundi w skrócie

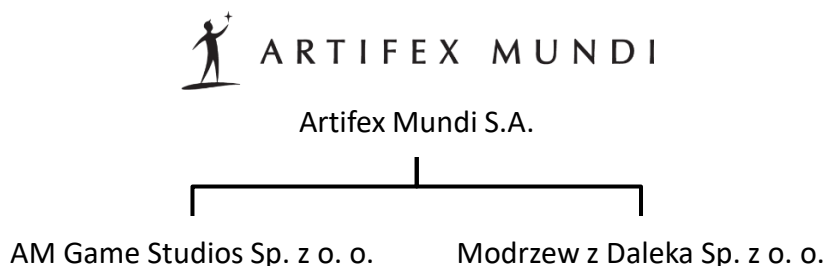
Artifex Mundi S.A. z siedzibą w Zabrzu jest producentem, współproducentem i globalnym wydawcą gier komputerowych z ponad 10-letnią historią działalności na globalnym rynku. Od 2012 r. firma prowadziła działalność w ramach spółki Artifex Mundi sp. z o.o., przekształconej w 2016 r. w spółkę akcyjną. Od 2016 r. Artifex Mundi jest spółką publiczną, notowaną na rynku głównym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie.

Spółka koncentruje się na segmencie gier *casual*, rozumianych jako gry charakteryzujące się prostymi zasadami rozgrywki oraz niewielkim niezbędnym zaangażowaniem czasowym od gracza. Artifex Mundi jest wiodącym wydawcą gier z gatunku HOPA (Hidden Object Puzzle Adventure), łączących rozwiązywanie łamigłówek i znajdowanie ukrytych obiektów na rysunkach z elementami gier przygodowych. Równolegle do rozwoju biznesu gier HOPA Artifex Mundi rozszerza swój zakres działalności o produkcję innych gatunków gier.

Gry z portfela Artifex Mundi dostępne są na najważniejszych platformach sprzętowych, w tym komputerach klasy PC i Mac, urządzeniach mobilnych (smartfonach, tabletach i innych urządzeniach sterowanych systemami Android, iOS, Windows 10) oraz konsolach do gier (Xbox One, PlayStation 4). Głównym rynkiem zbytu gier produkowanych i wydawanych przez Spółkę są platformy mobilne.

### Grupa Kapitałowa Artifex Mundi

Grupę Kapitałową Artifex Mundi (Grupa) tworzą Artifex Mundi, jako spółka dominująca, oraz dwie spółki zależne: AM Game Studios Sp. z o. o. oraz Modrzew z Daleka Sp. z o. o. Artifex Mundi posiada 100% udziałów obu spółek zależnych.



AM Game Studios Sp. z o. o. z siedzibą w Katowicach zajmuje się tworzeniem gier komputerowych na zlecenie Artifex Mundi. Podstawowa działalność AM Game Studios opiera się na montażu poszczególnych komponentów gry (np. grafiki i oprawy dźwiękowej) oraz tworzeniu dedykowanego na poszczególne platformy dystrybucyjne kodu źródłowego, a także testowaniu gier komputerowych.

Modrzew z Daleka Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie zajmuje się tworzeniem komponentów niezbędnych do tworzenia gier komputerowych, w szczególności szaty graficznej. Ponadto Modrzew z Daleka odpowiada za projektowanie elementów rozgrywki i tworzenia poszczególnych dokumentów niezbędnych na etapie montażu komponentów gry.

Na moment sporządzenia niniejszego sprawozdania Spółka nie posiada oddziałów ani zakładów.

## II. SEGMENTY DZIAŁALNOŚCI

Grupa Artifex Mundi zajmuje się produkcją oraz wydawaniem gier komputerowych, które są monetyzowane w dwóch głównych modelach:

- *try-before-you-buy*, czyli „spróbuj zanim kupisz” – model sprzedaży, zgodnie z którym gracz ma możliwość przetestowania części gry za darmo, zanim podejmie decyzję o zakupie pełnej wersji. Monetyzacja gier w tym modelu odpowiada dziś za większość przychodów Grupy.
- *free-to-play* – model komercjalizacji gry zakładający, iż gra pobierana jest przez użytkownika za darmo, a jej twórcy zarabiają na systemie mikropłatności (gracze kupują w grze przedmioty, zdolności, punkty doświadczenia itd.) lub na wyświetlających się w grze reklamach. Począwszy od 2016 r. Artifex Mundi rozpoczęło wydawanie pierwszych gier, które zamierza komercjalizować w tym modelu.

Opierając się na sposobie monetyzacji swoich produktów i usług, Grupa Artifex Mundi wyróżnia trzy segmenty swojej działalności:

- segment gier *premium*, który obejmuje produkcję, działalność wydawniczą i inwestycyjną zakresie gier monetyzowanych w modelu *try-before-you-buy*. W ramach segmentu Grupa zleca do wyprodukowania podmiotom trzecim oraz wydaje gry z gatunku HOPA oraz zajmuje się produkcją i działalnością wydawniczą gier z gatunków innych niż HOPA;
- segment *free-to-play*, który obejmuje produkcję i wydawanie gier monetyzowanych w modelu *free-to-play*,
- segment pozostały, obejmujący świadczenie usług informatycznych.

## III. STRATEGIA GRUPY

### Cel Spółki

Celem strategicznym Artifex Mundi jest wzrost wartości Grupy dla Akcjonariuszy poprzez konsekwentne, stopniowe budowanie pozycji Grupy jako globalnego wydawcy i producenta gier komputerowych poprzez tworzenie i wydawanie wysokiej jakości produktów na wszystkich wiodących platformach sprzętowych, przy jednoczesnym zachowaniu dynamicznego tempa rozwoju i racjonalnego poziomu ryzyka biznesowego.

### Filozofia działalności Artifex Mundi

Strategia rozwoju Artifex Mundi opiera się na czterech podstawowych filarach, obrazujących kierunek i styl działania Artifex Mundi:

- Niezależność,
- Cierpliwość,
- Dywersyfikacja,
- Zabawa.

Pierwszym z głównych celów strategicznych Grupy jest wzmacnianie **niezależności** wydawniczej. Dzięki znacznemu i wciąż rosnącemu udziałowi *self publishingu* w przychodach (gdzie wydawcą gier jest Artifex Mundi), Grupa zbudowała relacje z wszystkimi liczącymi się *1st parties* (np. Google, Apple, Microsoft, Amazon, Steam itd.), dzięki czemu w znaczącym stopniu uniezależniła się od zewnętrznych

wydawców i ich wpływu na działalność Spółki. Źródłem **niezależności** jest również własna technologia produkcji gier, tj. silnik *Spark Casual Engine*, co pozwala na zwiększanie elastyczności stosowanych rozwiązań oraz sprawne wydawanie gier na wszystkich liczących się platformach dystrybucyjnych, co samo w sobie stanowi przewagę konkurencyjną.

**Cierpliwość**, drugi z filarów strategii Grupy, rozumiany powinien być jako stopniowe budowanie nowych kompetencji, zarówno w obszarze produkcji, jak i wydawania gier (ewolucja, ale nie rewolucja). Cierpliwość widoczna jest zarówno w dotychczasowych osiągnięciach - rozwinięciu od zera działalności na rynku gier HOPA, jak i w dalszych planach rozwoju Artifex Mundi. Grupa od kilku lat stopniowo zwiększa udział gier wydawanych samodzielnie, sukcesywnie poszerza również samo portfolio gier oraz ciągle pracuje nad optymalizacją procesu wydawania i szukaniem nowych sposobów monetyzacji, zarówno gier nowych, jak i gier już wydanych. Lata współpracy z wydawcami zewnętrznymi procentują zdobytym know-how m.in. w zakresie promocji gier. Obecnie zewnętrznymi wydawcy wspierają działalność Grupy w tych obszarach rynku gier, które są dla Grupy nowe (segment *free-to-play*), jak również w ekspansji na odległe, w tym kulturowo, rynki geograficzne. Podejście takie pozwala na osiąganie coraz większej samodzielności oraz dalszy rozwój Spółki.

**Dywersyfikacja** jest trzecim strategicznym celem Spółki i dotyczy zarówno dywersyfikacji dystrybucji, tj. źródeł przychodów (co związane jest bezpośrednio z osiąganą niezależnością oraz współpracą z wieloma *1st parties*), jak również dywersyfikacji produktowej (nowe segmenty działalności, nowe gatunki gier, zwiększanie liczby gier w portfolio). Dywersyfikacja pozwala również na zwiększanie stabilności generowanych przez Spółkę wyników. W ocenie Zarządu Spółki Artifex Mundi już dziś posiada bardzo zdywersyfikowane źródła przychodów i jednocześnie wkracza w nowe, perspektywiczne obszary produktowe.

Ostatnim z filarów rozwoju Artifex Mundi jest **zabawa**, bez której trudno jest rozwijać nowoczesną firmę tworzącą gry komputerowe. Artifex Mundi to firma, dla której dobra atmosfera w pracy na każdym szczeblu jest szczególnie ważna. Kluczowym dla osiągania przez Artifex Mundi coraz to lepszych wyników jest wspieranie swobody kreatywnej pracowników oraz dbanie o to, by realizacja powierzonych im zadań była dla pracowników nie tylko zawodowym obowiązkiem, ale również i przynoszącą dużo satysfakcji pasją. Poprzez partnerskie relacje pomiędzy zespołem, a kadrą zarządzającą, oddanie dużej decyzyjności kreatywnej przy tworzeniu powstających w Spółce gier, możliwości współtworzenia i wpływania na procesy, Artifex Mundi stara się wzmocnić w swoich pracownikach przywiązanie do Spółki oraz poczucie współodpowiedzialności za jej rozwój.

### Plany i kierunki rozwoju Grupy

W krótkim i średnim okresie Grupa zamierza osiągać strategiczne cele poprzez:

- umocnienie pozycji na rynku gier casualowych z gatunku HOPA;
- rozszerzenie działalności w segmencie gier monetyzowanych w modelu *free-to-play* przy równoczesnej dywersyfikacji produktowej;
- rozszerzenie segmentu gier *premium* o produkcję i działalność wydawniczą gier monetyzowanych w modelu *premium*, ale w innych gatunkach niż HOPA.

Strategia Spółki na kolejne lata zakłada równoległe wzmocnienie obecności w segmencie gier mobilnych (szczególnie poprzez rozwój gier *free-to-play*) oraz dynamiczne poszerzanie oferty adresowanej do użytkowników konsol (PS4, Xbox One oraz kolejne urządzenia) oraz komputerów osobistych PC oraz Mac, w tym o gry premium z gatunków innych niż HOPA.

### **Segment gier *premium***

Grupa zakłada dalsze wzmocnienie portfolio wydawniczego. W perspektywie kolejnych lat Grupa planuje wydawanie co najmniej kilkunastu gier HOPA rocznie. Dla realizacji celów strategicznych Grupa planuje rozbudowę portfela komercjalizowanych gier docelowo do ponad 100 tytułów generujących średnio co najmniej 200 tys. zł przychodów rocznie każdy. Relatywnie duża liczba gier w portfolio Spółki pozwoli na uniezależnienie się od sukcesu pojedynczej gry. Portfolio obejmujące kilkadziesiąt tytułów oraz długi cykl życia gier będą gwarancją stabilnych przychodów, osiągniętych przy ograniczonych nakładach finansowych i organizacyjnych. Strategia rozwoju segmentu zakłada m.in. efektywną komercjalizację najpopularniejszych IP będących własnością Grupy poprzez produkcję wysokiej jakości, przede wszystkim w warstwie kreatywnej, kolejnych odston najpopularniejszych tytułów.

#### *Gry HOPA*

W ramach segmentu gier *premium* Grupa zamierza dalej umacniać swoją pozycję wiodącego wydawcy gier HOPA. Rozwój portfolio gier HOPA odbywa się przy całkowitym przeniesieniu ciężaru z gier produkowanych przez wewnętrzne zespoły Grupy na rzecz gier produkowanych na zlecenie Artifex Mundi przez zewnętrzne studia deweloperskie. Spółka zamierza również sukcesywnie poszerzać zasięg dotychczasowej oferty gier HOPA, wprowadzając znane już graczom tytuły na nowe platformy sprzętowe, takie jak konsole.

#### *Inne gry premium*

W ramach planu dywersyfikacji źródeł przychodów i ryzyka biznesowego Grupa buduje, w ramach segmentu *premium*, drugi obszar biznesu, jakim jest produkcja i wydawanie gier *premium* z innych gatunków niż HOPA. W ocenie Zarządu Spółki posiadane przez zespoły deweloperskie Artifex Mundi know-how, zaplecze techniczne oraz bogate doświadczenie w tworzeniu gier z atrakcyjną warstwą narracyjną zostaną skutecznie wykorzystane przy rozwoju tego obszaru biznesu. Plan rozwoju segmentu gier *premium* zakłada, iż monetyzacja gier *premium* z gatunków innych niż HOPA rozpocznie się w 2018 r. i w ocenie Zarządu Spółki może potencjalnie istotnie wpłynąć na wyniki finansowe Grupy.

### **Segment gier *free-to-play***

Krótkoterminowy plan rozwoju segmentu zakłada zbudowanie kompetencji Grupy w zakresie produkcji i komercjalizacji gier *free-to-play*. Celem Grupy jest osiągnięcie samodzielności wydawniczej w tym segmencie, co pozwoli na osiągnięcie pełnej niezależności oraz będzie pozytywnie wpływać na generowane wyniki. Ze względu na dywersyfikację ryzyka, jak również chęć współpracy przy początkowych projektach z doświadczonym partnerem, pierwsze gry z tego segmentu, wyprodukowane przez Artifex Mundi, są wydawane we współpracy z renomowanym wydawcą zewnętrznym.

Długofalowa strategia rozwoju segmentu zakłada zbudowanie, w oparciu o starannie konstruowane portfolio gier, szerokiej bazy aktywnych graczy, do których będą adresowane uaktualnienia wydanych już gier, przedłużających ich komercyjną żywotność oraz zupełnie nowe tytuły. Rosnąca baza graczy w połączeniu z działaniami nakierowanymi na jej monetyzację przełożą się na sukcesywny wzrost przychodów Spółki w kolejnych latach w tym segmencie. Bieżące monitorowanie poziomów kluczowych wskaźników (KPI) umożliwił będzie optymalizację parametrów gier oraz zapewnił odpowiednią rentowność w tym segmencie.

## PODSUMOWANIE DZIAŁALNOŚCI GRUPY ARTIFEX MUNDI W I PÓŁROCZU 2017 R.

### I. KLUCZOWE WYDARZENIA W GRUPIE W I PÓŁROCZU 2017 R. ORAZ DO DNIA ZATWIERDZENIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Styczeń	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Soft-launch gry Kate Malone: Hidden Object Detective</i></li> <li>• <i>Premiera gry Faces of Illusion: The Twin Phantoms (Mobile/Steam)</i></li> <li>• <i>Premiera wersji PS4 gry Enigmatis: The Ghosts of Maple Creek</i></li> </ul>
Luty	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Premiera gry Queen's Quest 2 - Stories of Forgotten Past (Mobile/Steam)</i></li> <li>• <i>Premiera wersji PS4 gry Grim Legends: The Forsaken Bridge</i></li> </ul>
Marzec	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Premiera gry Lost Grimoires 2: The Elixir of Immortality (Mobile/Steam)</i></li> <li>• <i>Premiera wersji PS4 gry Nightmares from the Deep 2: The Siren's Call</i></li> <li>• <i>Premiera wersji XboxOne gry Dark Arcana: The Carnival</i></li> </ul>
Kwiecień	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Premiera gry The Secret Order 5 – The Buried Kingdom (Mobile/Steam)</i></li> <li>• <i>Premiera gry Quenn's Quest 3 – The End of Dawn (Mobile/Steam)</i></li> <li>• <i>Premiera wersji PS4 gry Eventide – Slavic Fables</i></li> <li>• <i>Premiera wersji XboxOne gry Lost Grimoires – Stolen Kingdom</i></li> </ul>
Maj	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Premiera gry Ghost Files: Face of Guilt is Soul Suspect (Mobile/Steam)</i></li> <li>• <i>Premiera wersji PS4 gry Enigmatis 2 - The Mists of Ravenwood</i></li> </ul>
Czerwiec	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Premiera gry Scarlett Mysteries: The Cursed Child (Mobile/Steam)</i></li> <li>• <i>Premiera gry Persian Nights: Sands of Wonders (Mobile/Steam)</i></li> <li>• <i>Premiera wersji PS4 gry Dark Arcana: The Carnival</i></li> <li>• <i>Premiera wersji XboxOne gry Grim Legends 2: Song of the Dark Swan</i></li> <li>• <i>Soft-launch gry Spellblade: Match-3 Puzzle RPG</i></li> </ul>
Wydarzenia po dniu bilansowym	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Soft-launch gry Rabbits Inc.</i></li> <li>• <i>Soft-launch gry Tiny Dragons</i></li> <li>• <i>Premiera gry Tiny Tales: Heart of the Forest (Mobile/Steam)</i></li> <li>• <i>Premiera gry Myth Seekers: The Legacy of Vulcan (Mobile/Steam)</i></li> <li>• <i>Premiera gry The Secret Order 6: Bloodline (Mobile/Steam)</i></li> <li>• <i>Premiera wersji PS4 gry Lost Grimoires: Stolen Kingdom</i></li> <li>• <i>Premiera wersji PS4 gry Grim Legends 2: Song of the Dark Swan</i></li> <li>• <i>Premiera wersji Xbox One gry Eventide 2: The Sorcerer's Mirror</i></li> </ul>



## II. OPIS SYTUACJI FINANSOWEJ GRUPY W I PÓŁROCZU 2017 R.

### 1. Skonsolidowany rachunek zysków i strat

W tys. PLN	I półrocze 2017 r.	I półrocze 2016 r.	Zmiana rdr.
<b>Skonsolidowane przychody</b>	10 768,05	10 605,99	2%
Koszt własny sprzedaży	6 192,63	4 315,42	43%
<b>Wynik brutto ze sprzedaży</b>	4 575,43	6 290,57	-27%
Koszty ogólnego zarządu	1 603,56	1 421,62	13%
Pozostałe przychody operacyjne	42,93	20,69	108%
Pozostałe koszty operacyjne	35,43	554,55	-94%
<b>Wynik operacyjny</b>	2 979,37	4 335,08	-31%
Przychody finansowe	555,10	66,95	729%
Koszty finansowe	216,43	119,11	82%
<b>Wynik przed opodatkowaniem</b>	3 318,04	4 282,93	-23%
Podatek dochodowy	559,85	952,39	-41%
Bieżący	500,08	709,74	-30%
Odroczony	59,77	242,65	-75%
<b>Wynik okresu</b>	2 758,19	3 330,54	-17%

W I połowie 2017 r. Grupa Artifex Mundi rozpoznała 10,8 mln zł skonsolidowanej sprzedaży (2% wzrost rdr.), wypracowując 4,6 mln zł zysku brutto na sprzedaży (spadek o 27%). Niższa rentowność sprzedaży w analizowanym okresie miała związek z rozpoczęciem amortyzacji gier *free-to-play*, nie przynoszących jeszcze istotnych przychodów, jak również większym udziałem przychodów ze sprzedaży niezamortyzowanych gier HOPA w całkowitych przychodach Grupy. W związku ze sposobem naliczania kosztów własnych sprzedaży dla gier *premium* - dokonywaniem odpisów proporcjonalnych do wartości ich sprzedaży w okresie (zgodnie ze współczynnikiem 1:1), rentowność sprzedaży gier *premium* w pierwszym okresie ich komercjalizacji równa jest zeru, aż do momentu wypracowania przychodów ze sprzedaży gry równych odpowiadającej danemu tytułowi pozycji aktywowanych kosztów gier w aktywach Grupy. Szczegółowe informacje nt. struktury przychodów Grupy w analizowanym okresie zostały zaprezentowane w pkt. III.1. niniejszego rozdziału. Na rentowność segmentu w analizowanym okresie wpływ miała również wyższa sprzedaż gier zewnętrznych deweloperów, mających udział w zyskach ze sprzedaży.

W I połowie 2017 r. Grupa wypracowała 3,0 mln zł zysku z działalności operacyjnej (wobec 4,3 mln zł rok wcześniej), na co wpływ, obok struktury przychodów ze sprzedaży gier oraz amortyzacji gier *free-to-play*, miały również wyższe koszty ogólnego zarządu, związane m.in. z wydatkami związanymi ze statusem spółki giełdowej.

W analizowanym okresie Grupa rozpoznała 0,56 mln zł przychodów finansowych, na które złożyło się m.in. 0,48 mln zł zysku z wyceny kontraktów forward zabezpieczających przychody ze sprzedaży Grupy, denominowane w dolarze amerykańskim.

W minionym półroczu Grupa wypracowała 2,8 mln zł zysku netto, wobec 3,3 mln zł zysku netto w I połowie 2016 r.

### Wybrane wskaźniki finansowe

Wskaźniki rentowności	I półrocze 2017 r.	I półrocze 2016 r.
Rentowność brutto na sprzedaży	42%	59%
Rentowność na działalności operacyjnej	28%	41%
Rentowność netto	26%	31%

Ocena rentowności została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane wskaźniki:

- rentowność brutto na sprzedaży: zysk brutto ze sprzedaży / przychody ze sprzedaży,
- rentowność na działalności operacyjnej: zysk na działalności operacyjnej (EBIT) / przychody ze sprzedaży,
- rentowność netto: zysk netto / przychody ze sprzedaży.

## 2. Sprawozdanie z sytuacji finansowej Grupy

### Aktywa

W tys. PLN	30.06.2017 r.	31.12.2016 r.	30.06.2016 r.
<b>Aktywa trwałe</b>	<b>2 072,59</b>	<b>1 533,52</b>	<b>1 417,80</b>
Rzeczowe aktywa trwałe	1 050,70	572,56	481,17
Aktywa niematerialne	526,68	541,54	540,43
Należności	91,06	89,34	87,66
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	324,10	303,90	283,06
Rozliczenia międzyokresowe	80,06	26,17	25,47
<b>Aktywa obrotowe</b>	<b>43 858,61</b>	<b>41 438,53</b>	<b>28 108,79</b>
Aktywowane koszty gier komputerowych	28 284,87	24 002,31	21 262,18
Należności z tytułu dostaw i usług	2 753,68	3 259,38	3 227,92
Należności z tytułu podatku dochodowego	72,09	0,00	5,17
Pozostałe należności	1 530,16	1 278,43	1 038,92
Aktywa finansowe	270,10	0,00	0,00

Rozliczenia międzyokresowe	253,87	169,10	135,27
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	10 693,84	12 729,31	2 439,34
<b>Aktywa razem</b>	<b>45 931,20</b>	<b>42 972,04</b>	<b>29 526,59</b>

Największymi pozycjami aktywów Grupy na dzień 30 czerwca 2017 r. były aktywowane koszty gier komputerowych (koszty produkcji gier komputerowych) oraz środki pieniężne. Suma aktywowanych kosztów gier komputerowych wzrosła rok do roku o 31%, do 28,3 mln zł, na co złożyły się prace nad nowymi grami z segmentu *premium* (gry HOPA), jak również rozwój segmentu gier *free-to-play*. Szczegółowe informacje nt. ewolucji aktywowanych kosztów gier komputerowych w analizowanym okresie zostały zaprezentowane w pkt. III.3. niniejszego rozdziału.

Na koniec I półrocza 2017 r. wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów Grupy wyniosła 10,7 mln zł, wobec 12,7 mln zł z 31 grudnia 2016 r. i 2,4 mln zł 30 czerwca 2016 r. Wzrost stanu środków pieniężnych rok do roku jest efektem przeprowadzonej w 2016 r. emisji akcji, zaś zmniejszenie stanu gotówki wobec stanu na dzień 31 grudnia 2016 r. jest efektem inwestycji w nowe gry *free-to-play* oraz nowe gry *premium* z gatunków innych niż HOPA, które będą monetizowane od 2018 r.

#### Kapitał własny i zobowiązania

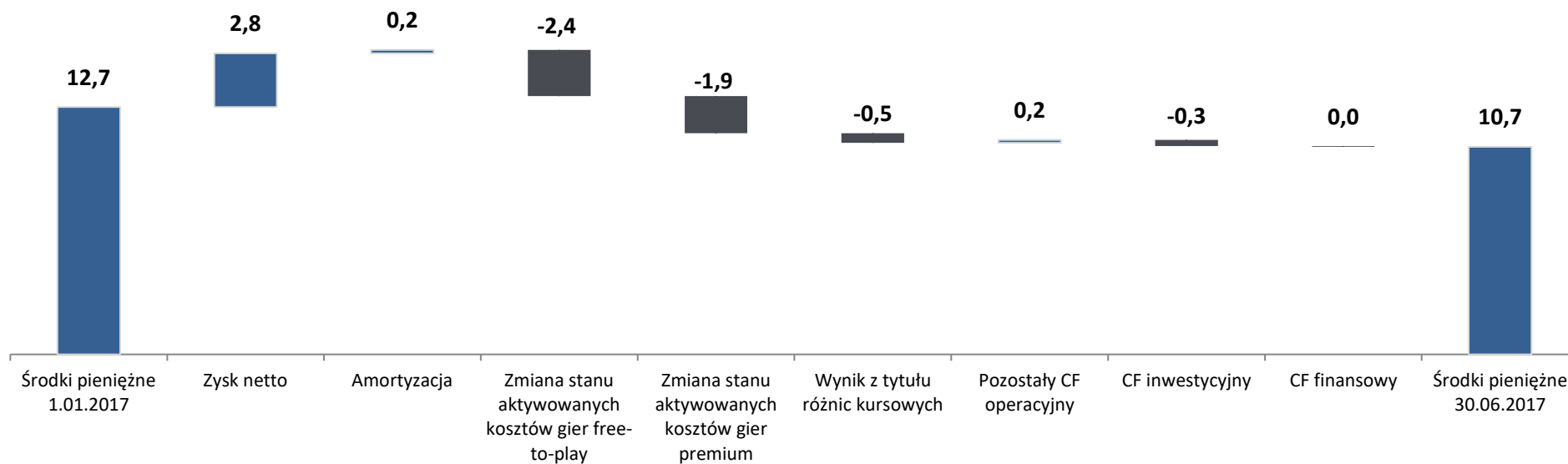
W tys. PLN	30.06.2017 r.	31.12.2016 r.	30.06.2016 r.
<b>Kapitał własny</b>	<b>41 604,73</b>	<b>38 846,54</b>	<b>25 793,51</b>
Kapitał podstawowy	105,00	105,00	100,00
Pozostałe kapitały	40 726,08	34 116,47	23 370,54
Niepodzielony wynik z lat ubiegłych	-1 984,54	-962,31	-1 007,56
Wynik finansowy bieżącego roku	2 758,19	5 587,38	3 330,54
<b>Zobowiązania długoterminowe</b>	<b>806,97</b>	<b>517,30</b>	<b>496,16</b>
Zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego	597,28	517,30	496,16
Pozostałe zobowiązania	209,69	0,00	0,00
<b>Zobowiązania krótkoterminowe</b>	<b>3 519,51</b>	<b>3 608,21</b>	<b>3 236,92</b>
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	1 544,14	1 043,15	870,04
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	31,05	488,95	657,77
Pozostałe zobowiązania	1 404,60	1 358,53	1 021,80
Pozostałe rezerwy krótkoterminowe	471,03	505,93	347,37
Rozliczenia międzyokresowe	68,68	211,65	339,95
<b>Kapitał własny i zobowiązania</b>	<b>45 931,20</b>	<b>42 972,04</b>	<b>29 526,59</b>

Po stronie kapitału własnego i zobowiązań największą pozycję sprawozdania z sytuacji finansowej Grupy Artifex Mundi stanowią kapitały własne w wysokości 41,6 mln zł.

Zobowiązania Grupy na koniec I półrocza 2017 r. wyniosły 4,3 mln zł, wobec 4,1 mln zł na koniec 2016 r. i 3,7 mln zł na koniec I półrocza 2016 r. Zobowiązania krótkookresowe Grupy wzrosły rdr. o 8%, do 3,5 mln zł, wobec 62% wzrostu zobowiązań długoterminowych, do 0,8 mln zł.



### 3. Przepływy pieniężne (mln zł)



W I połowie 2017 r. Grupa Artifex Mundi odnotowała 1,7 mln zł ujemnych przepływów z działalności. O wyniku tym przesądziły nakłady na produkcję gier *free-to-play* oraz gier *premium*, w tym gier z gatunków innych niż HOPA, które będą komercjalizowane od 2018 r.

### III. KLUCZOWE CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA WYNIKI GRUPY KAPITAŁOWEJ ARTIFEX MUNDI W I PÓŁROCZU 2017 R.

#### 1. Przychody ze sprzedaży

W tys. PLN	I półrocze 2017 r.	I półrocze 2016 r.
Przychody ze sprzedaży gier komputerowych	10 754,05	10 582,36
Przychody ze sprzedaży usług	14,00	23,63
Przychody razem	10 768,05	10 605,99

Tabela nr 1. Struktura przychodów ze sprzedaży

W I półroczu 2017 r. skonsolidowane przychody Grupy Artifex Mundi wzrosły rok do roku o 2%, do 10,8 mln zł. Na nieznaczny wzrost przychodów złożyła się stabilna sprzedaż gier *premium* oraz rozpoznanie pierwszych przychodów ze sprzedaży gier *free-to-play*.

W I półroczu 2017 r. Artifex Mundi wprowadziło do sprzedaży 8 gier HOPA, z których jedna - *Queen's Quest 2: Stories of Forgotten Past* – z wynikiem 0,44 mln zł stała się jedną z 5 najlepiej sprzedających się gier z portfela Artifex Mundi w analizowanym okresie. Przychody ze sprzedaży gier *premium* wydanych w 2017 r. wyniosły 1,67 mln zł, odpowiadając za 16% przychodów ze sprzedaży gier.

W gronie trzech najlepiej sprzedających się gier I półrocza 2017 r. znalazły się wydane w 2016 r. *Enigmatis 3: The Shadow of Karkhala* i *Grim Legends 3: Dark City* oraz *Enigmatis: The Ghosts of Maple Creek*, która z początkiem 2017 r. została wydana w wersji na konsolę PS4. Na koniec I półrocza 2017 r. w portfolio wydawniczym znajdowało się 51 tytułów generujących ponad 50 tys. zł sprzedaży za ostatnie 6 miesięcy.

#### Najważniejsze produkty Grupy I półrocza 2017 r.

Tytuł	Przychody (mln zł)	Udział w całkowitych przychodach (%)
Enigmatis 3: The Shadow of Karkhala	0,50	4,7
Enigmatis: The Ghosts of Maple Creek	0,45	4,3
Grim Legends 3: Dark City	0,44	4,2
<i>Queen's Quest 2: Stories of Forgotten Past</i>	0,44	4,2
Grim Legends: The Forsaken Bridge	0,42	4,0
Pozostałe	8,34	79,1

Tabela nr 2. Zestawienie najlepiej sprzedających się gier *premium*

Rozbudowa portfela gier *premium* w połączeniu z wyróżniającymi gry *casual* długimi ogonami sprzedażowymi sprawiają, że wyniki finansowe Grupy są w ograniczonym stopniu uzależnione od rynkowego sukcesu pojedynczych tytułów. Na koniec I półrocza 2017 r. Grupa miała w portfolio ponad 40 tytułów generujących przychody odpowiadające co najmniej 1% ogólnej sprzedaży Grupy w minionym półroczu.

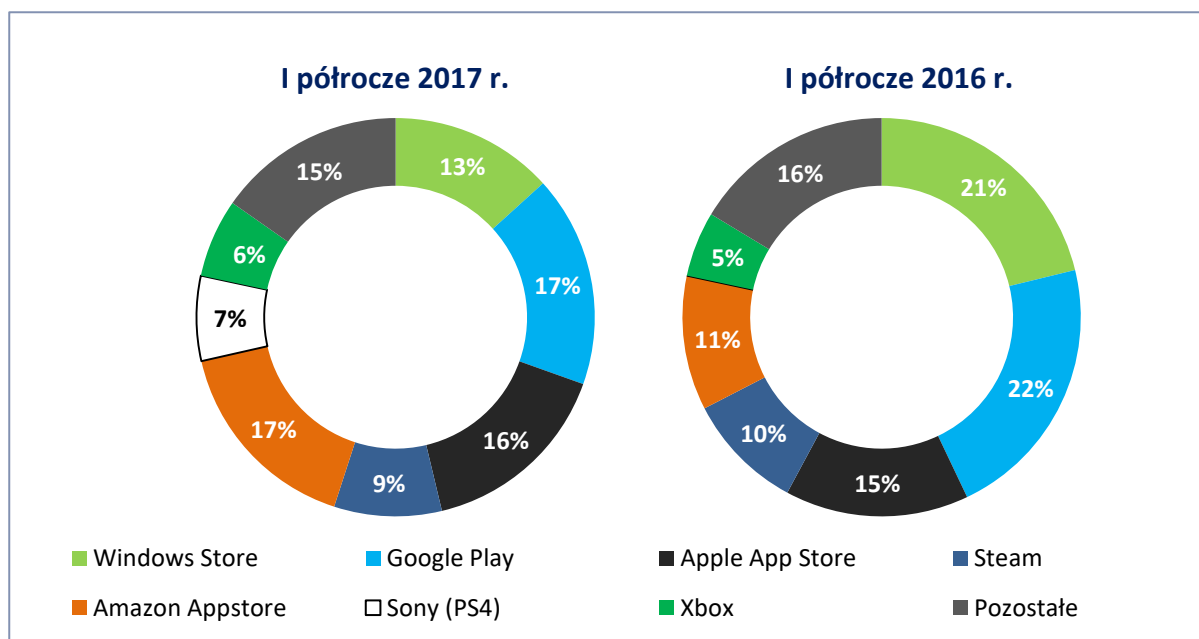
## Kanały dystrybucji

W tys. PLN	I półrocze 2017 r.	I półrocze 2016 r.
<b>Gry premium, w tym:</b>	10 590,29	10 582,36
Gry wydawane samodzielnie ( <i>self-publishing</i> )	9 061,13	8 251,63
Gry wydawane przez zewnętrznych wydawców	1 529,16	2 330,73
<b>Gry free-to-play</b>	163,77	0,0

Tabela nr 3. Struktura przychodów według kanałów dystrybucji

Grupa Artifex Mundi konsekwentnie realizuje strategię rozwoju segmentu gier *premium*, zakładając stopniowe wygaszenie współpracy z zewnętrznymi wydawcami i koncentrację na samodzielnym wydawaniu gier komputerowych (*self-publishing*). W I półroczu 2017 r. przychody z *self-publishingu* odpowiadały za 85% przychodów ze sprzedaży gier HOPA, wobec 78% w analogicznym okresie 2016 r. W I półroczu 2017 r. miały miejsce premiery wersji iOS gier *Grim Legends: The Dark City* oraz *Enigmatis: The Shadow of Karkhala* wydawanymi przez Big Fish Games, co wpłynęło na okresowo wyższy udział przychodów generowanych za pośrednictwem zewnętrznych wydawców. Wspomniane premiery są równocześnie ostatnimi planowanymi premierami gier HOPA, dla których wydawcą nie jest bezpośrednio Artifex Mundi.

Gry Artifex Mundi są sprzedawane przez najważniejsze platformy cyfrowej dystrybucji gier, przy czym żadna z nich, na chwilę obecną, nie posiada pozycji dominującej. Największy udział w przychodach Grupy ze sprzedaży gier *premium* w I połowie 2017 r. miała sprzedaż wygenerowana za pośrednictwem sklepu Google Play, odpowiadająca za 17% całkowitej sprzedaży. Drugie miejsce, pod względem wygenerowanych obrotów, w analizowanym okresie miała platforma Apple Store. Sukcesywne wprowadzanie gier z portfela Artifex Mundi na konsole przekłada się na zauważalny wzrost tych platform w strukturze przychodów Grupy. W I połowie 2017 r. sprzedaż gier na konsole Xbox One i PS4 odpowiadała łącznie za 13% przychodów.

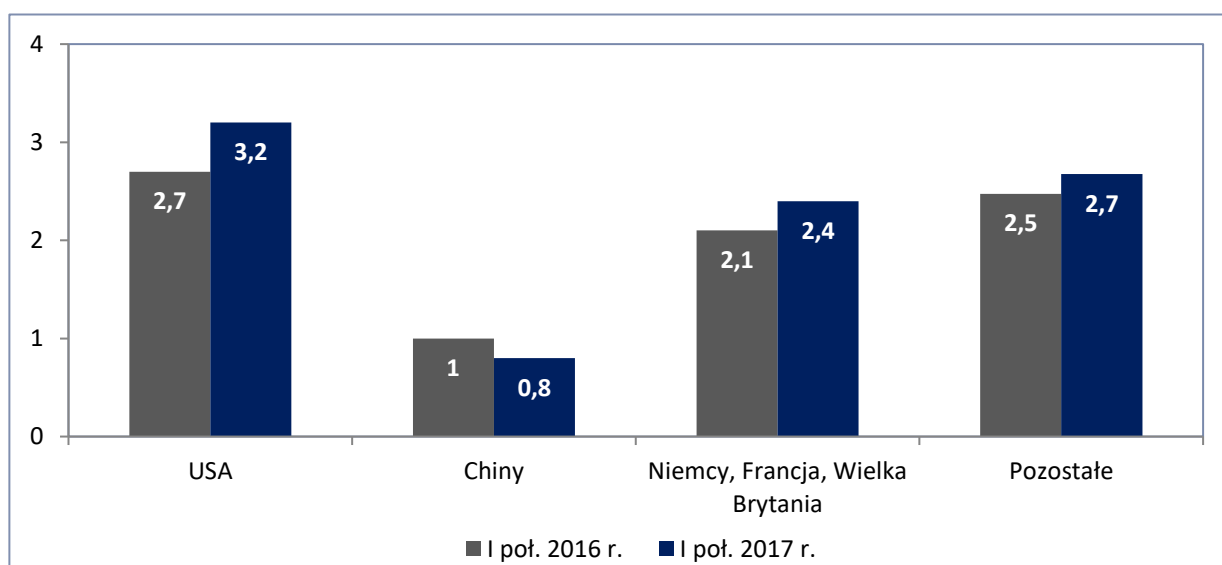


Wykres nr 1. Przychody ze sprzedaży wg platform (%)

## Struktura geograficzna sprzedaży

W I półroczu 2017 r. kluczowym rynkiem Grupy pozostał rynek amerykański (USA), mający 35% udział w przychodach z *self-publishingu*. W analizowanym okresie sprzedaż gier na rynku amerykańskim wzrosła o 18%, do 3,2 mln zł. Na drugim miejscu, z 26% udziałem w całkowitych przychodach z *self-publishingu*, uplasował się segment trzech najważniejszych dla Grupy krajów Europy: Niemiec, Francji i Wielkiej Brytanii. W I połowie 2017 r. sprzedaż na tych rynkach przyniosła Grupie 2,4 mln zł przychodów (14% wzrost rdr.)

Sprzedaż gier na rynku chińskim, uważanym przez Spółkę za istotny ze względu na potencjał wzrostu w średnim terminie, związany z potencjałem ludnościowym i zmianami społecznymi, w I poł. 2017 r. zmniejszyła się kwotowo o ponad 20%, do 0,8 mln zł. Wpływ na to miał efekt wysokiej bazy z 2016 r., osiągniętej dzięki bardzo udanym premierom starszych gier. W ocenie Zarządu Spółki Artifex Mundi ma potencjał istotnego zwiększenia sprzedaży w Chinach dzięki stworzeniu atrakcyjnego portfolio gier w chińskich wersjach sklepów z aplikacjami na urządzenia z systemem Android (dominującym systemem operacyjnym dla urządzeń mobilnych używanych w Chinach) oraz komputerami PC. W 2017 r. Grupa nawiązała współpracę z lokalnym wydawcą gier, wspólnie z którym, po przejściu wymaganych procedur rejestracyjnych, Grupa zamierza sukcesywnie poszerzać ofertę gier dostępnych dla klientów w Chinach.



Wykres nr 2. Sprzedaż Grupy (*self-publishing*) według rynków geograficznych (w mln PLN)

## 2. Koszty działalności

### Koszty rozpoznane w rachunku wyników

w tys. PLN	I półrocze 2017 r.	I półrocze 2016 r.
Koszty własne sprzedaży	6 192,63	4 315,42
Koszty ogólnego zarządu	1 603,56	1 421,62
Koszty razem	7 796,18	5 737,04

Tabela nr 4. Prezentacja kosztów poniesionych w analizowanym okresie



W I półroczu 2017 r. Grupa rozpoznała 7,80 mln zł skonsolidowanych kosztów własnych sprzedaży oraz kosztów ogólnego zarządu łącznie, wobec 5,74 mln zł kosztów w I półroczu 2016 r. 36% wzrost kosztów własnych sprzedaży oraz kosztów ogólnego zarządu Grupy przesądził o niższej raportowanej rentowności sprzedaży oraz niższych zyskach Grupy za analizowany okres.

w tys. PLN	I półrocze 2017 r.	I półrocze 2016 r.
Tantiemy	1 579,20	1 146,69
Amortyzacja gier <i>free-to-play</i>	1 576,48	0,00
Amortyzacja gier <i>premium</i>	2 787,21	2 940,33
Marketing	495,50	698,36
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	1 108,05	723,26
Pozostałe	249,74	228,40
Koszty rozpoznane w rachunku zysków i strat	7 796,18	5 737,04

**Tabela nr 5. Prezentacja kosztów poniesionych w analizowanym okresie według rodzajów**

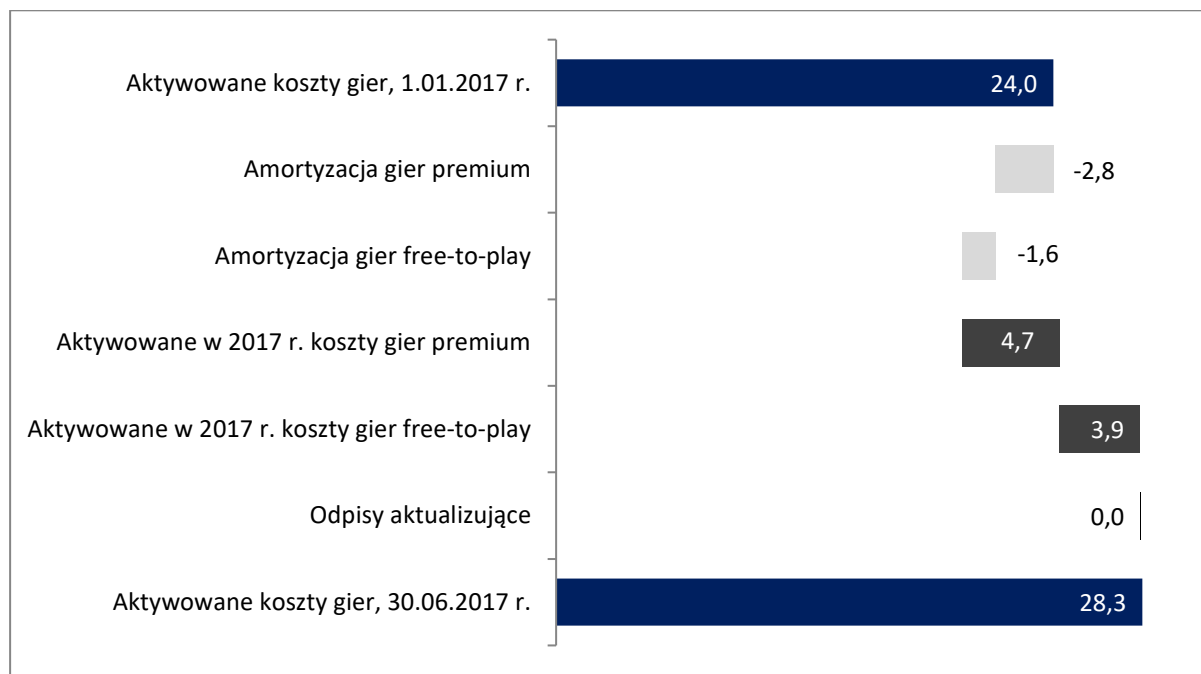
O wzroście rozpoznanych w sprawozdaniu finansowym kosztów przesądziła amortyzacja dwóch gier *free-to-play*: *Nightmares from the Deep: A Hidden Object Adventure* oraz *Kate Malone: Hidden Object Detective*, rozwijanych we współpracy z zewnętrznym wydawcą. Gry te znajdują się na wczesnym etapie rozwoju (*soft-launch*). W przypadku samodzielnego wydawania gier *free-to-play* przez Grupę wpływy ze sprzedaży gier znajdujących się na etapie *soft-launch* nie są ujmowane w rachunku wyników (wyłącznie pomniejszając wartość aktywowanych kosztów gier), a koszt ich rozwoju jest ujmowany w bilansie jako aktywowane koszty gier. Jednak ze względu na model współpracy z wydawcą, na potrzeby księgowo, wspomniane gry są uznawane za produkty gotowe i jako takie podlegają amortyzacji. Zgodnie z przyjętą przez Spółkę polityką amortyzacja aktywowanych kosztów wytworzenia gier *free-to-play* ma charakter liniowy i ustalana jest w oparciu o oszacowany przez Grupę okres ekonomicznej użyteczności gry, indywidualny dla każdego projektu. Na dzień bilansowy Grupa oszacowała okres ekonomicznej użyteczności gier *free-to-play* na 3 lata.

Zmiana struktury portfela gier HOPA, polegająca na zwiększeniu udziału zewnętrznych produkcji w portfolio Grupy, wpłynęła na wzrost wypłaconych tantiem w analizowanym okresie. W I półroczu 2017 r. r. koszty z tytułu tantiem wzrosły o 37%, do 1,58 mln zł.

### 3. Aktywowane koszty gier komputerowych

Zgodnie z obowiązującymi Grupę zasadami rachunkowości Grupa nie rozpoznaje w kosztach bieżących kosztów związanych z pracami nad nowymi gramami. Koszty te, w okresie do momentu ukończenia gry, są księgowane po stronie aktywów sprawozdania z sytuacji finansowej jako wzrost pozycji aktywowane koszty gier. Aktywowane koszty gier składają się z kosztów bezpośrednich tj. faktury od podwykonawców, wynagrodzenia i narzuty na wynagrodzenia oraz z kosztów pośrednich tj. czynsz, energia, woda, gaz, subskrypcje, wyposażenie i sprzęt, 80% amortyzacji, leasingi oraz wynagrodzenia i narzuty na wynagrodzenia. Koszty pośrednie przypisywane są narzutem proporcjonalnie do wysokości kosztów bezpośrednich.

W I półroczu 2017 r. r. Grupa rozpoznała i zaksięgowwała w aktywach jako aktywowane koszty gier, wydatki w wysokości 8,6 mln zł. 4,7 mln zł zostało zaksięgowanych jako koszty aktywowane dla gier z segmentu *premium*, podczas gdy 3,9 mln zł stanowiły koszty przypisane segmentowi gier *free-to-play*. Równocześnie w I półroczu 2017 r. Grupa rozpoznała 4,4 mln zł amortyzacji gier komputerowych, z których blisko 2,8 mln zł stanowiła amortyzacja aktywowanych kosztów gier *premium*, a 1,6 mln zł – amortyzacja gier *free-to-play*.



**Wykres 3. Zmiany wartości aktywowanych kosztów gier komputerowych w I półroczu 2017 r. (w mln PLN)**

Na koniec I półrocza 2017 r. największy udział w pozycji bilansowej *Aktywowane koszty gier* miały wydatki związane z realizacją gier przeznaczonych do komercjalizacji w modelu *free-to-play*. Na dzień 30 czerwca 2017 r. aktywowane koszty gier *free-to-play* wyniosły 20,6 mln zł, wobec 14,6 mln zł rok wcześniej.

W tys. PLN	30 czerwca 2017 r.	30 czerwca 2016 r.
<b>Gry premium razem, w tym:</b>	<b>7 673,86</b>	<b>6 681,40</b>
<i>Gry premium w trakcie produkcji</i>	5 153,77	3 907,10
<i>Gotowe gry premium</i>	3 171,32	3 231,48
<i>Odpisy aktualizujące</i>	-651,23	-457,17
<b>Gry free-to-play, w tym:</b>	<b>20 611,01</b>	<b>14 580,78</b>
<i>Gry free-to-play w trakcie produkcji</i>	12 809,97	14 580,78
<i>Gotowe gry free-to-play (Nightmares from the Deep, Kate Malone)</i>	7 801,04	0,00
<i>Odpisy aktualizujące</i>	0,00	0,00

**Tabela nr 6. Prezentacja aktywowanych kosztów gier komputerowych**

## IV. OMÓWIENIE NAJWAŻNIEJSZYCH WYDARZEŃ I PÓŁROCZA 2017 R. W GRUPIE KAPITAŁOWEJ ARTIFEX MUNDI

### 1. Gry premium

W I półroczu 2017 r. Grupa Artifex Mundi konsekwentnie realizowała strategię rozwoju w segmencie gier *premium*, obejmującego produkcję oraz działalność wydawniczą i inwestycyjną w obszarze gier monetyzowanych przede wszystkim w modelu *try-before-you-buy*.

#### Gry HOPA

W I półroczu 2017 roku Grupa wydała 8 gier z gatunku HOPA:

- *Faces of Illusion: The Twin Phantoms* (gra wyprodukowana na zlecenie Artifex Mundi przez podmiot zewnętrzny),
- *Queen Quest 2* (gra zewnętrznego dewelopera, wydawana na licencji),
- *Lost Grimoires 2: The Elixir of Immortality* (gra wyprodukowana na zlecenie Artifex Mundi przez podmiot zewnętrzny),
- *The Secret Order 5 – The Buried Kingdom* (gra zewnętrznego dewelopera, wydawana na licencji),
- *Quenn's Quest 3 – The End of Dawn* (gra zewnętrznego dewelopera, wydawana na licencji),
- *Ghost Files: Face of Guilt is Soul Suspect* (gra zewnętrznego dewelopera, wydawana na licencji),
- *Scarlett Mysteries: The Cursed Child* (gra wyprodukowana na zlecenie Artifex Mundi przez podmiot zewnętrzny),
- *Persian Nights: Sands of Wonders* (gra wyprodukowana na zlecenie Artifex Mundi przez podmiot zewnętrzny).

Równolegle do systematycznego poszerzania portfolio gier Grupa, w ramach działalności wydawniczej, sukcesywnie zwiększała zasięg produktów, wprowadzając gry na nowe platformy.

W I półroczu na platformę PS4 wydane zostały:

- *Enigmatis: The Ghosts of Maple Creek*,
- *Nightmares from the Deep 2: The Siren's Call*,
- *Grim Legends: The Forsaken Bridge*,
- *Eventide – Slavic Fable*,
- *Enigmatis 2 - The Mists of Ravenwood*,
- *Dark Arcana: The Carnival*.

W I półroczu na platformę Xbox One wydane zostały:

- *Dark Arcana: The Carnival*,
- *Lost Grimoires – Stolen Kingdom*,
- *Grim Legends 2: Song of the Dark Swan*.

Na koniec I półrocza 2017 r. w portfolio gier HOPA komercjalizowanych przez Grupę znajdowały się 52 tytuły.

Dążąc do zbudowania jeszcze bardziej atrakcyjnego portfela gier HOPA Spółka rozpoczęła w I półroczu 2017 r. rozmowy nt. nawiązania współpracy z deweloperem gier komputerowych z Serbii, specjalizującym się w produkcji gier HOPA. W ocenie Zarządu Spółki rozmowy te mogą

zakończyć się zawarciem, w II półroczu 2017 r., porozumienia ws. produkcji, przez firmę z Serbii, gier HOPA na zlecenie Artifex Mundi. Potencjalny kontrahent Spółki ma bogate doświadczenie w realizacji gier tego gatunku, jego pracownikami są współtwórcy jednych z najbardziej znanych i popularnych gier HOPA na świecie. Potencjalne nawiązanie współpracy ze wspomnianym deweloperem gier pozwoliłoby Grupie zwiększyć liczbę rocznie wydawanych gier HOPA oraz optymalizację harmonogramu wydawniczego, gwarantując równocześnie utrzymanie dotychczasowej wysokiej jakości oferty Grupy.

### **Inne gry premium**

W I półroczu 2017 r., zgodnie ze strategią dywersyfikacji źródeł przychodów Grupy oraz ryzyka biznesowego związanego z koncentracją na rynku gier HOPA, Grupa kontynuowała rozszerzenie działalności o produkcję i działalność wydawniczą gier *premium* z gatunków innych niż HOPA.

W ramach inicjatywy amLab, zakładającej prezentowanie pomysłów oraz wczesnych prototypów gier szerszemu gronu odbiorców, w I półroczu 2017 r. zaprezentowano graczom kilka prototypów gier premium z gatunków innych niż HOPA, w tym:

- *Bladebastards* - dynamiczny hack`n`slash z kooperacją dla 4 osób przeznaczony na konsole oraz PC,
- *Insection* – platformowa gry akcji, w której gracz wciela się w rolę łucznika potrafiącego kontrolować czas,
- *Matryoshka* – prototyp surrealistycznej i pełnej sarkazmu przygodowej gry point & click,
- *I Sleep* - surrealistyczna, pełna emocji gra przygodowa, rozgrywająca się dziecięcym świecie snów i marzeń, którego oblicze zmienia się pod wpływem bezlitosnej, mrocznej siły.

Na dzień sporządzenia niniejszego raportu kontynuowane są prace nad 6 prototypami gier o ww. profilu. W ocenie Zarządu Spółki pierwsze z opracowywanych gier premium z gatunków innych niż HOPA mogą trafić do sprzedaży w I półroczu 2018 r.

## **2. Gry free-to-play**

W 2017 r. Grupa zintensyfikowała wysiłki nad rozwojem nowego segmentu biznesowego – produkcji gier *free-to-play*. W I półroczu 2017 r. kontynuowane były prace nad czterema pierwszymi tytułami Artifex Mundi komercjalizowanymi w modelu *free-to-play*:

- *Nightmares from the Deep®: A Hidden Object Adventure*,
- *Bladebound*,
- *Kate Malone: Hidden Object Detective*,
- *Cute Dragons*.

Realizując strategię rozwoju segmentu i równocześnie chcąc wykorzystać wiedzę i doświadczenia zdobyte w ramach prac nad ww. projektami gier, Grupa prowadzi intensywne prace nad projektami kolejnych gier *free-to-play*. Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania w realizacji cztery kolejne projekty gier *free-to-play*, w tym:

- *Tiny Dragons*,
- *Spellblade: Match-3 Puzzle RPG (Shrubbery)*,
- *Rabbit Inc.*

W I półroczu 2017 r. Artifex Mundi rozpoczęło rozmowy z międzynarodowym wydawcą gier *free-to-play* zainteresowanym wspólną realizacją projektów gier tego typu, w tym współpracą przy rozwoju *Tiny Dragons*. W ocenie Zarządu Spółki nawiązanie współpracy ze wspomnianym partnerem może korzystnie wpłynąć na rozwój segmentu, w tym na wzmocnienie kompetencji Grupy w obszarze bieżącej analizy kluczowych parametrów gier *free-to-play* (i dostosowania *gameplay* do wniosków płynących z analizy) oraz marketingu. Decyzja w sprawie nawiązania bliższej współpracy, w ocenie Zarządu Spółki, może zapaść do końca 2017 r.

### **Nightmares from the Deep®: A Hidden Object Adventure**

Gra stanowiąca nowatorskie połączenie gatunku HOPA i modelu F2P, wyprodukowana przez wewnętrzny zespół Grupy. Gra toczy się w środowisku karaibskich piratów, w której gracz wciela się w rolę Amiee – córki poszukującego zaginionego w tajemniczych okolicznościach ojca. Śladem Aimee podążają piraci z zagadkowej organizacji Black Spot.

Projekt gry realizowany jest we współpracy z firmą G5 Entertainment, wydawcą gry. Prace nad pierwszą wersją gry zakończyły się w sierpniu 2016 r. *Soft-launch* gry miał miejsce 31 sierpnia 2016 r.

W I półroczu 2017 r. kontynuowane były prace nad modyfikacjami gry pod kątem wskazanych przez wydawcę elementów, mających korzystnie wpłynąć na osiąganie przez grę kluczowych KPI. Mając na uwadze obecny poziom zaawansowania projektu, *hard-launch* gry może nastąpić najwcześniej w I połowie 2018 r.

### **Bladebound**

Widowiskowe RPG akcji, z bazującym na gestach systemem walki (swipe`n`slash), wyprodukowane przez wewnętrzny zespół Grupy. Gracz wciela się w rolę ostatniego z wojowników Strażników Ostrza, przemierzającego świat w poszukiwaniu zemsty. By tak się stało bohater musi opanować szereg śmiertelnych technik walki i zdobyć lub stworzyć legendarny oręż pozwalający w jednej chwili zdominować pole bitwy.

Projekt gry realizowany jest samodzielnie przez Grupę. Prace w ramach pierwszego etapu projektu zakończyły się w grudniu 2015 r. *Soft-launch* gry miał miejsce w grudniu 2015 r.

W I półroczu 2017 r. kontynuowane były prace mające zmodyfikować grę zgodnie z oczekiwaniami graczy oraz wprowadzające rozwiązania mające wpłynąć korzystnie na monetyzację gry. Równolegle Spółka przeprowadziła gruntowną analizę możliwych kierunków dalszego rozwoju projektu, które stały się podstawą dla podjęcia decyzji o dalszym losie gry. W oparciu o zebrany materiał, dokonana ocenę gry, jej szans rynkowych i prawdopodobnych kosztów związanych z dalszymi pracami rozwojowymi nad grą, Zarząd Spółki podjął decyzję o *hard-launch* gry w obecnej wersji. Zgodnie z harmonogramem projektu *hard-launch* gry powinien nastąpić najpóźniej w IV kw. 2017 r.

### **Cute Dragons**

Logiczna gra *casual* typu *Match-3* w modelu *free-to-play*, polegająca na łączeniu ze sobą trzech elementów tego samego rodzaju. Gra łączy w sobie elementy niezwykle popularnego rodzaju gier *Match-3* z malowniczą grafiką znaną z gier Artifex Mundi. Gra została wyprodukowana przez wewnętrzny zespół Grupy.

Projekt gry realizowany jest samodzielnie przez Grupę. Prace nad pierwszą wersją gry zakończyły się w IV kw. 2016 r. *Soft-launch* gry nastąpił w październiku 2016 r.

W I półroczu 2017 r. prowadzone były prace m.in. nad zmianą formuły gry w celu większego zaangażowania graczy w rozgrywkę. Obecnie prowadzone są analizy potencjału i perspektyw gry, w oparciu o które Spółka podejmie decyzję ws. kontynuacji prac w ramach projektu i kierunków jego rozwoju.

#### **Kate Malone: Hidden Object Detective**

Gra z gatunku HOG (Hidden Object Games; gra polegająca na znajdowaniu ukrytych obiektów), zrealizowana przez studio zewnętrzne na zlecenie Grupy. Graczowi przyjdzie się w niej wcielić w Kate Malone – początkującą detektyw, którą tajemnicze zniknięcie ojca prowadzi do sennego, z pozoru zwyczajnego amerykańskiego miasteczka – Brimingham Creek.

Projekt gry realizowany jest we współpracy z firmą *G5 Entertainment*, wydawcą gry. Zasadnicze prace nad pierwszą wersją gry zakończyły się w IV kw. 2016 r. *Soft-launch* gry nastąpił w styczniu 2017 r.

W I półroczu 2017 r. kontynuowano prace nad modyfikacją wybranych elementów gry zgodnie ze wskazówkami wydawcy, w tym zmian mających na celu podniesienie poziomu wskaźników monetyzacji gry. W ocenie Zarządu Spółki, pomimo zauważalnej poprawy kluczowych wskaźników w ostatnich miesiącach, *hard-launch* gry nastąpi najwcześniej w I połowie 2018 r.

#### **Tiny Dragons**

Gra Match-3 z wciągającą historią, w której zadaniem gracza jest odbudowa starożytnego smoczego miasta wedle swojego pomysłu. Jest to nowoczesne podejście do gatunku Match-3, które łączy fabułę i dynamiczną rozgrywkę z tworzeniem czegoś "po swojemu".

Gra została wyprodukowana przez wewnętrzny zespół Grupy, przy wykorzystaniu materiałów stworzonych na potrzeby projektu *Cute Dragons*. Gra została udostępniona graczom w formule *soft-launch* w sierpniu 2017 r.

Obecnie projekt jest realizowany samodzielnie przez Grupę. Równocześnie prowadzone są rozmowy z zewnętrznym wydawcą zainteresowanym współpracą przy tym projekcie. Mając na uwadze obecny poziom zaawansowania projektu, *hard-launch* gry może nastąpić nie wcześniej niż w I połowie 2018 r.

#### **Spellblade: Match-3 Puzzle RPG**

Gra łącząca gameplay logiczny z rodziny match-3 z RPG-owym zbieraniem przedmiotów i rozwojem bohatera w świecie fantasy. Prototyp gry (pod nazwą *Shruberry*) został zaprezentowany graczom w amLab w ramach tegorocznego festiwalu Pyrkon.

Projekt gry realizowany jest samodzielnie przez Grupę. Prace nad pierwszą wersją gry zakończyły się w II kw. 2017 r. *Soft-launch* gry miał miejsce 26 czerwca 2017 r. Obecnie, w oparciu o zebrane opinie graczy jak i podstawowe wskaźniki projektu, prowadzone są analizy potencjału i perspektyw gry, w oparciu o które Spółka podejmie decyzję ws. kontynuacji prac w ramach projektu i kierunków jego rozwoju.

## Rabbits Inc.

Gra, w której pomagamy królikom rozwinąć biznesowe imperium. W firmie zatrudniamy króliki, wyznaczamy im zadania, dbamy o nie i karmimy marchewkodogami.

Projekt gry realizowany jest samodzielnie przez Grupę. Soft-launch wczesnej, mocno ograniczonej wersji gry, miał miejsce 7 lipca br. Gra została udostępniona ograniczonemu kręgowi potencjalnych odbiorców w celu weryfikacji zainteresowania tym produktem. Obecnie, w oparciu o opinie graczy jak i podstawowe wskaźniki projektu, prowadzone są analizy potencjału i perspektyw gry, w oparciu o które Spółka podejmie decyzję ws. kontynuacji prac w ramach projektu i kierunków jego rozwoju.

## PERSPEKTYWY ROZWOJU GRUPY

### I. PERSPEKTYWY KRÓTKOTERMINOWE

W krótkookresowej perspektywie najbliższych dwunastu miesięcy Grupa oczekuje następujących istotnych wydarzeń, które mogą mieć wpływ na wyniki finansowe:

- Wzrost zainteresowania ofertą wydawniczą Artifex Mundi w obszarze gier HOPA, wynikającą m.in. z aktywnie prowadzonych działań marketingowych oraz rozbudowy portfela gier,
- Premiery nowych gier HOPA oraz wprowadzania już wydanych gier na nowe platformy sprzętowe. Plan wydawniczy zakłada, że Grupa w 2017 i w 2018 r. wprowadzi na rynek kilkanaście nowych tytułów gier HOPA (wyłącznie zewnętrzne produkcje) rocznie,
- Wejście na rynek z nowymi grami *premium* z gatunków innych niż HOPA. W ocenie Zarządu Spółki, bazując m.in. na zaawansowaniu obecnie realizowanych projektów tego typu, pierwsze z gier tego typu mogą trafić do sprzedaży w I połowie 2018 r.,
- Tempo rozwoju segmentu *free-to-play*. Budowanie kompetencji Grupy w obszarze gier *free-to-play* przebiega wolniej niż zakładały pierwotne założenia rozwoju segmentu, co wpływa i może wpływać w przyszłości na model realizacji kolejnych projektów *free-to-play* (współpraca z zewnętrznymi wydawcami) oraz na wyniki komercjalizacji gier tego typu,
- *Hard-launch* jednej lub kilku z gier *free-to-play* z portfela Grupy. Zgodnie z harmonogramem obecnie realizowanych projektów gier *free-to-play* do końca 2017 r. będzie mieć miejsce *hard-launch* jednej z gier tego typu: *Bladebound*. Równocześnie w ocenie Zarządu Spółki w perspektywie najbliższych 12 miesięcy w fazę *hard-launchu* mogą wkroczyć 3 kolejne projekty gier.
- Amortyzacja gier *free-to-play*. Ze względu na przyjętą politykę rozpoznawania momentu ukończenia projektów gier *free-to-play* realizowanych z zewnętrznym wydawcą od początku 2017 r. prowadzona jest amortyzacja dwóch gier (*Nightmares from the Deep: A Hidden Object Adventure* oraz *Kate Malone: Hidden Object Detective*). Równocześnie w momencie ewentualnego *hard-launch* pozostałych gier F2P, realizowanych samodzielnie, w tym planowanego do *hard-launchu* 2017 r. *Bladebound* rozpocznie się amortyzacja tych tytułów, istotnie wpływając na bieżące wyniki Spółki,
- Zmiana modelu działania działu produkcyjnego. Nowy model działania, mający na celu zwiększenie skali działalności Grupy w obszarach innych niż gry HOPA, wiąże się z przygotowaniem większej niż dotychczas liczby prototypów gier. Zgodnie z założeniami

planu rozwoju część z prototypów, ze względu m.in. na niezadowalający odbiór produktów przez graczy, z którymi będą one konfrontowane, będzie zamykanych na wczesnym etapie rozwoju. Większa liczba prototypów przy niezmiennie wysokich oczekiwaniach wobec jakości produktu skutkować będą większą liczbą zamkniętych projektów, przekładających się na wzrost bieżących kosztów Grupy.

## II. PERSPEKTYWY DŁUGOTERMINOWE

W ocenie Zarządu Spółki w dłuższym terminie prowadzona obecnie transformacja biznesowa Grupy z producenta gier HOPA w firmę wydawniczo-deweloperską, opartą o dwa modele monetyzacji gier (*premium, free-to-play*) oraz kilka głównych gatunków gier, przełoży się korzystnie na wartość firmy dla Akcjonariuszy. Wzmocnienie bazy generujących stabilne dochody gier HOPA, poszerzenie grupy docelowej dzięki dywersyfikacji produktowej portfela gier *premium*, potencjalny sukces jednej lub wielu gier *free-to-play*, cechujących się długą rynkową żywotnością i lojalnością bazy graczy powinno skutkować wygenerowaniem atrakcyjnych, dodatnich przepływów pieniężnych z operacji. W oparciu o nie Grupa, nie rezygnując z podstaw jej wartości, jaką dziś są gry HOPA, będzie dążyła do dalszego przesunięcia środka ciężkości Grupy w kierunku innych gatunków gier.

## INFORMACJE DODATKOWE

### I. CZYNNIKI RYZYKA

Działalność Grupy Kapitałowej Artifex Mundi i jej sytuacja finansowa oraz wyniki działalności podlegały i mogą w przyszłości podlegać negatywnym zmianom w wyniku zmaterializowania się ryzyk biznesowych. Szczegółowy opis ryzyk, których Spółka jest świadoma i które zostały uznane przez nią za istotne został zaprezentowany w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej za 2016 r., które jest dostępne na stronie internetowej Grupy [www.artifexmundi.com](http://www.artifexmundi.com).

### II. KAPITAŁ LUDZKI

Istotną przewagą konkurencyjną Grupy jest jej profesjonalna, wysoce wykwalifikowana i doświadczona kadra. O jakości gier tworzonych i wydawanych przez Grupę w przeważającej mierze stanowią umiejętności oraz doświadczenie pracowników i współpracowników Grupy. Mając to na uwadze jednym z filarów rozwoju Grupy Kapitałowej Artifex Mundi jest rozwój kapitału ludzkiego Grupy, w tym m.in. wspieranie rozwoju zawodowego pracowników, budowanie pozytywnych relacji wewnątrz zespołu Grupy, pozyskiwanie nowych wartościowych pracowników.

Rodzaj umowy	30 czerwca 2017 r.	30 czerwca 2016 r.
Niezależnie od formy zatrudnienia	150	139
Umowa o dzieło	97	91
Umowa o pracę	142	120
Umowa zlecenie	49	34
Powołanie	5	5

Tabela nr 7. Struktura zatrudnienia w Grupie Kapitałowej Artifex Mundi



### III. AKCJONARIAT SPÓŁKI

Akcjonariusz	Liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	% udział w głosach na WZ
Artifex Mundi Investments*	4 527 000	43,11	8 037 000	57,37
Warsaw Equity PE Fund I FIZ Aktywów Niepublicznych	1 400 000	13,33	1 400 000	9,99
Fundusze Aviva TFI	1 089 785	10,38	1 089 785	7,78
NN OFE	1 000 000	9,52	1 000 000	7,14
Pozostali akcjonariusze łącznie	2 483 215	23,65	2 483 215	17,72
<b>Razem</b>	<b>10 500 000</b>	<b>100</b>	<b>14 010 000</b>	<b>100,00</b>

Tabela nr 8. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji raportu.

\* Artifex Mundi Investments Grudziński i Wspólnicy Spółka Jawna, w tym 3.510.000 akcji serii A1 uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, iż na każdą akcję serii A1 przypadają 2 głosy na Walnym Zgromadzeniu.

### IV. ZARZĄD I RADA NADZORCZA

Skład Zarządu na dzień bilansowy oraz na dzień sporządzenia sprawozdania:

- Tomasz Grudziński Prezes Zarządu
- Jakub Grudziński Członek Zarządu
- Robert Mikuszewski Członek Zarządu
- Kamil Urbanek Członek Zarządu
- Mariusz Szynalik Członek Zarządu

Skład Rady Nadzorczej na dzień sporządzenia sprawozdania:

- Rafał Wroński Przewodniczący Rady Nadzorczej
- Przemysław Danowski Członek Rady Nadzorczej
- Robert Ditrych Członek Rady Nadzorczej
- Ewelina Nowakowska Członek Rady Nadzorczej
- Piotr Woźniak Członek Rady Nadzorczej
- Adrian Półtorak Członek Rady Nadzorczej

W roku obrotowym następujące zmiany w składzie Rady Nadzorczej:

- W dniu 12 czerwca 2017 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki odwołało z funkcji Członka Rady Nadzorczej Pana Mateusza Czajkowskiego oraz powołało na Członków Rady Nadzorczej Spółki Panów Roberta Ditrycha oraz Piotra Woźniaka. Uchwała ZWZ ws. wyboru Pana Piotra Woźniaka weszła w życie po zarejestrowaniu przez Sąd Rejestrowy zmian w Statucie Spółki, o czym Spółka powzięła informację 1 sierpnia 2017 r.

- W dniu 11 września 2017 r. Rada Nadzorcza Spółki, działając na podstawie § 15 ust. 4 Statutu Spółki, odwołała z funkcji Przewodniczącego Rady Nadzorczej Spółki Pana Przemysława Danowskiego i powierzyła tę funkcję Panu Rafałowi Wrońskiemu.

## V. INNE

### Akcje Spółki w posiadaniu członków Zarządu i Rady Nadzorczej

Na dzień 30 czerwca 2017 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania niżej wymienieni członkowie Rady Nadzorczej są w posiadaniu akcji Spółki.

Imię i Nazwisko	Stanowisko	Stan posiadania akcji Spółki	
		Na dzień 30.06.2017 r.	Na dzień 15.09.2017 r.
Przemysław Danowski	Członek Rady Nadzorczej Artifex Mundi S.A.	65.000 akcji	65.000 akcji

Tabela 9. Akcje Spółki w posiadaniu Członków Zarządu lub Rady Nadzorczej.

Równocześnie na dzień 30 czerwca 2017 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania akcjonariuszem Spółki była spółka Artifex Mundi Investments Grudziński i Wspólnicy Spółka Jawna, posiadająca 4 527 000 akcji Spółki (w tym w tym 3.510.000 akcji serii A1 uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, iż na każdą akcję serii A1 przypadają 2 głosy na Walnym Zgromadzeniu), odpowiadających 43,11% kapitału Spółki i uprawniających do 57,37% głosów na Walnym Zgromadzeniu.

Poniżej zostały zaprezentowane powiązania członków Zarządu i Rady Nadzorczej ze spółką Artifex Mundi Investments Grudziński i Wspólnicy Spółka Jawna.

Imię i Nazwisko	Stanowisko	Powiązanie
Tomasz Grudziński	Prezes Zarządu Artifex Mundi S.A.	Posiada 144 udziały (tj. 19,1%) w spółce
Jakub Grudziński	Członek Zarządu Artifex Mundi S.A.	Posiada 108 udziałów (tj. 14,4%) w spółce.
Robert Mikuszewski	Członek Zarządu Artifex Mundi S.A.	Posiada 72 udziały (tj. 9,6%) w spółce.
Mariusz Szynalik	Członek Zarządu Artifex Mundi S.A.	Posiada 68 udziałów (tj. 9,0%) w spółce
Kamil Urbanek	Członek Zarządu Artifex Mundi S.A.	Posiada 68 udziałów (tj. 9,0%) w spółce
Rafał Wroński	Przewodniczący Rady Nadzorczej	Posiada 69 udziały (tj. 9,2%) w spółce
Adrian Póttorak	Członek Rady Nadzorczej	Posiada 41 udziałów (tj. 5,5%) w spółce

Tabela 10. Prezentacja powiązań członków Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki z Artifex Mundi Investments

W okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (tj. raportu za I kwartał 2017 r.) nie nastąpiły żadne zmiany w stanie posiadania akcji Spółki przez osoby zarządzające i nadzorujące.

### Akcje własne

Spółka nie posiadała i nie posiada akcji własnych.

## **Transakcje z podmiotami powiązаныmi**

Informacje nt. transakcji z podmiotami powiązаныmi zostały przekazane w Nocie 21 Śródrocznego Skróconego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowe Grupy Kapitałowej Artifex Mundi za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2017 roku.

## **Udzielone pożyczki**

Na dzień sprawozdania Grupa nie udzielała pożyczek

## **Poręczenia i gwarancje**

W dniu 27.12.2013 r. Spółka podpisała umowę z Bankiem Raiffeisen Bank Polska S.A. na udzielenie kredytu w rachunku bieżącym do kwoty 1,35 mln zł oraz 100 tys. USD. W dniu 31.07.2017 r. Spółka podpisała Aneks nr 6 do umowy kredytowej z Bankiem Raiffeisen Bank Polska S.A. na udzielenie kredytu w rachunku bieżącym do kwoty 1 mln zł oraz 100 tys. USD. Na dzień 30.06.2017 r. wartość zobowiązania wynosiła 0,00 zł. Zabezpieczeniem kredytu jest podpisane pełnomocnictwo do rachunku bieżącego i innych rachunków kredytobiorcy w banku oraz weksel na zabezpieczenie prawne tej gwarancji.

W dniu 10.06.2014 r. Spółka podpisała umowę na wynajem budynku przy ulicy Szewczenki 8b w Katowicach. Zabezpieczeniem powyższej umowy jest weksel własny in blanco bez oznaczenia sumy pieniężnej oraz terminu i miejsca płatności.

W dniu 20.06.2017 r. Spółka podpisała umowę leasingu operacyjnego na wynajem auta osobowego na kwotę 158,74 tys. zł netto. Zabezpieczeniem powyższej umowy jest weksel in blanco z deklaracją wekslową.

W dniu 20.04.2015 r. Spółka zależna AM Game Studios Sp. z o. o. podpisała umowę z Bankiem Raiffeisen Bank Polska S.A. na udzielenie kredytu w rachunku bieżącym do kwoty 300 tys. zł. W dniu 31.07.2017 r. Spółka podpisała aneks nr 3 do umowy kredytowej z Bankiem Raiffeisen Bank Polska S.A. na udzielenie kredytu w rachunku bieżącym do kwoty 300 tys. zł. Na dzień 30.06.2017 r. wartość zobowiązania wynosi 100,15 tys. zł. Zabezpieczeniem kredytu jest podpisane pełnomocnictwo do rachunku bieżącego i innych rachunków kredytobiorcy w banku, weksel na zabezpieczenie prawne tej gwarancji oraz przystąpienie do długu firmy Artifex Mundi S.A. oraz weksel z deklaracją wekslową wystawiony przez przystępującego do długu.

## **Istotne pozycje pozabilansowe**

Na dzień 30 czerwca 2017 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Spółka oraz spółki zależne tworzące Grupę nie mają istotnych pozycji pozabilansowych.

## **Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju**

Z uwagi na profil działalności żadna z jednostek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej nie prowadzi prac badawczo – rozwojowych.

## **Postępowanie sądowe, arbitrażowe lub administracyjne**

Spółka oraz pozostałe spółki tworzące Grupę Kapitałową nie są stroną żadnych postępowań sądowych lub arbitrażowych. Zgodnie z najlepszą wiedzą Zarządu Spółki nie toczą się żadne postępowania przed organami administracji publicznej dotyczące zobowiązań albo wierzytelności

Spółki lub jednostki od niego zależnej, których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Spółki.

#### **Znaczące umowy**

W okresie sprawozdawczym oraz po jego zakończeniu Grupa Kapitałowa nie zawierała umów o istotnym znaczeniu dla działalności Grupy i jej wyników finansowych.

#### **Stanowisko Zarządu Spółki odnośnie do możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok**

Spółka nie publikowała prognoz wyników finansowych.

#### **Inne informacje, które zdaniem Spółki są istotne dla sytuacji Spółki i Grupy Kapitałowej**

Poza informacjami zamieszczonymi w niniejszym sprawozdaniu oraz skróconych śródrocznych sprawozdaniach finansowych za I półrocze 2017 roku Zarząd Emitenta nie identyfikuje innych informacji, które zdaniem Spółki są istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian dla Spółki oraz Grupy Kapitałowej, oraz informacji, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Spółkę i Grupę Kapitałową.

Zabrze, dnia 15 września 2017 roku

**Zarząd Spółki:**

---

Tomasz Grudziński  
Prezes Zarządu

---

Robert Mikuszewski  
Członek Zarządu

---

Kamil Urbanek  
Członek Zarządu

---

Jakub Grudziński  
Członek Zarządu

---

Mariusz Szynalik  
Członek Zarządu