

1. Dlaczego ECC Games S.A. prowadzi w tak okrojony sposób kampanię marketingową Drift21? Czy działania Spółki ograniczają się jedynie do udostępniania treści na profilu na Facebooku i kanale YouTube oraz udzielania się na forum Discord?

Za kampanię marketingową gry DRIFT21 odpowiedzialny jest wydawca gry spółka 505 Games. Umowa wydawnicza określa wysokość minimalnych nakładów na działania marketingowe, które wydawca zobowiązał się ponieść w celu promocji gry. Spółka nie ma możliwości bezpośredniego wpływania na przebieg kampanii marketingowej prowadzonej przez wydawcę, ale zgłasza swoje uwagi i sugestie, do prowadzonych działań. Spółka oczekuje na raport od wydawcy zawierający informacje na temat przeprowadzonych działań marketingowych.

Dodatkowo Spółka we własnym zakresie rozpoczęła współpracę z osobami odpowiedzialnymi za przygotowanie materiałów i aktywne zarządzanie kanałami Social Media.

2. Czy Spółka zwróciła się do swojego głównego akcjonariusza (PlayWay S.A.) z prośbą o wsparcie marketingowe/merytoryczne i wypromowanie gry Drift21?

Wydawcą gry jest spółka 505 Games, która odpowiedzialna jest za marketing projektu DRIFT21.

3. Do jakich działań promocyjnych zobowiązany jest umową, wydawca gry 505Games? Jakie widoczne działania zostały już podjęte w celu promocji gry Drift21, a jakie są jeszcze w planach? Czy Spółka ma wpływ na działania podejmowane przez 505Games w zakresie promocji gry?

Umowa wydawnicza określa wysokość minimalnych nakładów na działania marketingowe, które wydawca zobowiązał się ponieść w celu promocji gry. Spółka na bieżąco monitoruje działania wydawcy oraz jest w tej sprawie w stałym kontakcie z 505 Games. Do finalnego rozliczenia działań spółka musi jednak poczekać na oficjalny raport wydawcy, na podstawie którego spółka będzie mogła ocenić, czy wydawca wywiązał się ze swoich zobowiązań zgodnie z zapisami umowy.

4. Czy jako akcjonariusze, a pośrednio współwłaściciele Spółki, czy i w jaki sposób możemy Państwu pomóc?

Jedną z form uczestniczenia w działalności spółki jest udział Akcjonariuszy na Walnym Zgromadzeniu Spółki, które ostatnio odbyło się 30 czerwca 2021 roku. Akcjonariuszy zainteresowanych działaniem Spółki oraz pomocą, zachęcamy do udziału w Walnych Zgromadzeniach Akcjonariuszy.

5. Sądzymy, że stworzenie ligi e-drift, globalnego i lokalnego rankingu graczy i tym podobnych działań wpłynie na zwiększoną rywalizację w grze co pomoże wprowadzić funkcje premium - czy pracują Państwo nad podobnymi rozwiązaniami?

Wirtualne ligi sportowe są w zainteresowaniu działań Spółki. Spółka pracuje nad rozwiązaniami umożliwiającymi tworzenie takich rankingów. Proces oczywiście nie jest prosty. Pamiętajmy, że próg wejścia w tworzenie wysokiej jakości symulatorów

motosportu opartego na licencjach jest bardzo wysoki. Drift21 to nasz pierwszy projekt tego typu, który ma stanowić bazę do dalszego rozwoju w tym segmencie.

6. Jakie są plany związane z Drift21 do końca obecnego roku? Jakich działań możemy spodziewać się w tym zakresie?

Działania będą w dużej mierze podyktowane współpracą z wydawcą. Spółka już w tym momencie ma przygotowanych kilka aktualizacji gry Drift21, ale ich harmonogram publikacji uzależniony jest od wydawcy gry firmy 505 Games.

7. Czy wersja konsolowa gry Drift21, o którą pyta wielu graczy, zostanie wydana jeszcze w 2021 roku?

W ocenie Spółki wydanie gry Drift21 na konsole to bardzo istotny element sprzedaży tego projektu. Na podstawie wniosków wyciąganych z premiery gry na platformie STEAM, Spółka stara się zoptymalizować biznesowe aspekty wydania gry na konsole do gier. Ze względu na umowę z 505 Games spółka nie jest w chwili obecnej określić dokładnej daty premiery gry na konsolach. Spółka pracuje jednak nad optymalną strategią w tym zakresie. Dokładna data wydania wersji Drift21 na konsole zostanie udostępniona w formie odpowiedniego raportu.

8. Na jakim etapie prac znajduje się gra CMSR21? Z nieoficjalnych informacji wynika, że premiera CMS21 odbędzie się około 12.08.2021r.

Projekty Car Mechanic Simulator Racing (zwana dalej „CMSR”) oraz Car Mechanic Simulator (zwana dalej „CMS21”) to dwie niezależne produkcje przeznaczone na różnego rodzaju urządzenia, realizowane oddzielnie przez niezależne podmioty. Zgodnie z wcześniejszymi raportami Spółka cały czas pracuje nad grą CMSR. Naszym celem jest stworzenie finalnej wersji gry, która będzie znacząco lepsza od poprzedniej części. Skupiamy się obecnie na optymalizacji gry pod względem przyszłej monetyzacji produkcji. CMSR jest bardzo istotnym elementem rozwoju portfela gier ECC GAMES, nauczeni więc doświadczeniem chcemy dopracować produkcję przed jej pełnym wydaniem.

9. Czy od Prezesa Spółki możemy oczekiwać lepszej i częstszej komunikacji z mniejszościowymi akcjonariuszami? - na chwilę obecną mamy wrażenie, że komunikaty ESPI przedstawiają jedynie niezbędne minimum względem obowiązującego prawa, a to nie pomaga w przyciągnięciu nowych akcjonariuszy do Spółki.

W ciągu ostatnich 18 miesięcy cały zespół Spółki koncentrował się na rozwoju strategicznych produktów spółki: DRIFT21, CMSR i GEARSHIFT. W związku z intensywnym zaangażowaniem całego zespołu, w tym kluczowej roli zarządu Spółki w tym procesie, głównym instrumentem komunikacji Spółki pozostawały raporty ESPI oraz EBI oraz raporty okresowe. Regularnie w komentarzach zawartych w raportach okresowych zarząd przedstawia prawdziwy i rzetelny obraz sytuacji Spółki i postępów prac nad rozwojem strategicznych produktów. W związku z docierającymi do Spółki sygnałami od akcjonariuszy o tym, że dotychczasowa polityka informacyjna powinna zostać zmodyfikowana, zarząd zamierza podjąć odpowiednie kroki w tym kierunku. Wierzymy, że nasze produkty są unikalne w skali światowej, a dotychczasowy rozwój Spółki i jej produktów potwierdza słuszność obranej strategii. Zdajemy sobie również sprawę, że odpowiednia komunikacja jest istotnym elementem pozwalającym lepiej

zrozumieć złożoność naszych wewnętrznych procesów i harmonogramu prac rozwojowych. W tym celu obecnie opracowujemy długoterminową strategię komunikacji i mamy nadzieję, że rozpoczęcie jej wdrożenia w drugiej części roku 2021 znacząco poprawi zrozumienie naszych działań przez uczestników rynku publicznego. Spółka dodatkowo zatrudniła nową osobę odpowiedzialną za marketing.

10. W nawiązaniu do poprzedniego punktu, chcemy zasugerować, żeby Spółka zorganizowała spotkanie online lub chat na żywo, na którym Prezes Zarządu odpowiedziałby na bieżące pytania akcjonariuszy i potencjalnych inwestorów.

Zarząd Spółki pracuje obecnie nad zmodyfikowaną strategią komunikacji z rynkiem. Zakres i formuła komunikowania się z obecnymi i przyszłymi akcjonariuszami Spółki będzie integralnym elementem takich działań w przyszłości.

11. Czy dużym ciężarem finansowym dla Spółki jest podjęcie współpracy z firmą profesjonalnie obsługującą social media (FB, Twitter)? Jak dobrze wiemy dobrze prowadzony profil to podstawa w tej branży, a koszt miesięcznej takiej usługi nie wyniesie więcej niż 1000/1500 zł netto w zależności od skali opieki.

Spółka zatrudniła nowego pracownika do obsługi tych kanałów komunikacji. Jesteśmy jednak zdania, że portale społecznościowe typu FB są kanałami do komunikacji z graczami, a nie inwestorami\Akcjonariuszami.

12. Jakie plany wiążą Państwo z silnikiem gearshift?

Projekt GearShift jest naszym strategicznym projektem. Wierzimy, że opracowywane przez nas technologie pozwolą osiągnąć nowy poziom symulacji fizyki jazdy w naszych produkcjach. Zastosowanie sieci neuronowych w fizyce jazdy naszym zdaniem stanowić będzie kamień milowy w rozwoju całej branży gier wyścigowych na świecie. Spółka chce być pionierem tych rozwiązań aby w przyszłości czerpać zyski nie tylko z własnych produkcji ale również z udzielania licencji na technologie zewnętrznym firmom.

13. Czy jego rozwiązania zostaną zaimplementowane w Drift21?

Technologia GearShift przeznaczona jest dla silnika UNREAL ENGINE, a DRIFT21 powstawał na innym silniku. Oczywiście pewne rozwiązania opracowane przy projekcie GearShift pozwoliły na wprowadzenie części poprawek w projekcie DRIFT21. GearShift jest więc głównie bazą pod nowe projekty.

14. Ile egzemplarzy Drift21 zostało sprzedanych w trybie wczesnego dostępu do dnia premiery gry i od 10.06.2021 do 19.07.2021

Obecnie Spółka nie dysponuje oficjalnymi wynikami sprzedaży, a jedynie cząstkowymi informacjami, których zbyt wczesne ujawnienie mogłoby wprowadzić w błąd. Niemniej jednak zgodnie z umową wydawniczą oficjalny popremierowy raport sprzedaży uwzględniający wyniki sprzedaży zostanie przekazany przez wydawcę na przełomie lipca/sierpnia 2021 roku.