

Adam Kiciński (AK): Dzień dobry, witam wszystkich na telekonferencji wynikowej Grupy CD PROJEKT za 3Q 2019. Nazywam się Adam Kiciński i jestem Joint CEO spółki. Dzisiejszą telekonferencję poprowadzi ze mną Piotr Nielubowicz, CFO oraz Michał Nowakowski, Członek Zarządu CD PROJEKT.

Na początku dzisiejszej telekonferencji podsumuję najważniejsze wydarzenia biznesowe od lipca aż do dzisiaj, a Piotr opowie o kwestiach finansowych. W drugiej części zapraszamy do zadawania pytań. Prezentacja jest dostępna na stronie www.cdprojekt.com

Zacznijmy prezentację od Cyberpunka. W lecie i jesienią kontynuowaliśmy kampanię promocyjną tytułu. Stałą osią naszych działań jest przybliżanie wykreowanego przez nas uniwersum jak największej liczbie osób na całym świecie. Tegoroczne pokazy fragmentu gry rozpoczęliśmy w czerwcu na super dla nas udanym E3. W sierpniu na największych europejskich targach gier gamescom realizowaliśmy ten sam scenariusz, czyli godzinne prezentacje gry na zamkniętych pokazach dla mediów i partnerów biznesowych oraz równoległe 25-minutowe pokazy na stoisku publicznym.

W drugiej połowie roku Cyberpunk został pokazany na 18 wydarzeniach targowych/branżowych, dzięki czemu już 67 tys. osób widziało w tym roku grę na żywo. Wszystkie te wydarzenia prezentujemy na drugim slajdzie.

15 października, Wiedźmin 3 wraz z dodatkami zadebiutował na Nintendo Switch i tym samym po raz pierwszy gracze mogą grać w Wiedźmina "on the go". Gra jest dostępna zarówno w fizycznej, jak i cyfrowej dystrybucji w cenie 60 USD. Według wstępnych szacunków zdecydowaną większość sprzedaży stanowią wersje pudełkowe, acz pełne dane na temat sprzedaży będziemy mieli dopiero po zamknięciu czwartego kwartału, ponieważ nasi dystrybutorzy fizyczni raportują w cyklach kwartalnych.

Zanim opuścimy Wiedźmińskie uniwersum chciałbym krótko podsumować GWINTA, czyli wspólny projekt segmentów CD PROJEKT RED i GOG.com, który 29 października zadebiutował na iPhone'ach i iPadach.

Mobilny GWINT jest oceniony przez graczy bardzo wysoko. Na dziś średnia ocena ze wszystkich rynków wynosi 4,8 na 5, co jakościowo stawia Gwinta w ścisłej czołówce karcianych gier mobilnych. Biorąc pod uwagę dane z pierwszych trzech tygodni od premiery na iOS 68% przychodów mamy z urządzeń mobilnych Apple, natomiast PC wygenerował 28%, a konsole 4%. Trzeba mieć jednak świadomość, że mimo, iż znacząco poszerzyliśmy grupę odbiorców Gwinta jest on nadal małym składnikiem naszego biznesu.

Kolejny krok to wydanie wersji na urządzenia z systemem Android w 1Q 2020.

Przechodząc do GOG-a - najważniejszym trwającym projektem były prace nad GOG GALAXY 2.0 w ramach zamkniętej bety. Platforma ta jest naszą odpowiedzią na coraz większą fragmentację cyfrowej dystrybucji na PC oraz wzrost liczby tytułów ukazujących się na wyłączność na poszczególnych platformach. Założeniem GOG GALAXY 2.0 jest możliwość połączenia wszystkich posiadanych przez użytkownika gier w jedną bibliotekę, umieszczenia

wszystkich znajomych na jednej friend liście, śledzenie ich postępów i achievementów niezależnie od platform, na których grają.

Jak na razie mamy bardzo pozytywne reakcje od użytkowników zamkniętej bety.

Przekazuję głos Piotrowi.

Piotr Nielubowicz (PN): Dziękuję, Adam. Przejdźmy do następnego slajdu - naszego skonsolidowanego rachunku zysków i strat.

Łączna wartość Przychodów ze sprzedaży Grupy w trzecim kwartale bieżącego roku wyniosła niemal 93 miliony zł i wzrosła o 38% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Największy udział w przychodach Grupy Kapitałowej CD PROJEKT w trzecim kwartale 2019 r. miały Przychody ze sprzedaży produktów, przede wszystkim z tytułu:

- a) tantiem wynikających z kontynuowanej, dobrej sprzedaży gry Wiedźmin 3: Dziki Gon – która uległa zwiększeniu w stosunku do trzeciego kwartału 2018;
- b) w mniejszym stopniu – tantiem z dystrybucji gry Wojna Krwi: Wiedźmińskie Opowieści oraz sprzedaży wygenerowanej w ramach projektu GWINT: Wiedźmińska Gra Karciana.

Istotną pozycją przychodów były również Przychody ze sprzedaży towarów i materiałów w kwocie 43 milionów zł., na które składały się głównie:

- a) w segmencie GOG.com – przychody z cyfrowej dystrybucji – ponad 30 milionów złotych, to jest o 12% więcej w stosunku do poprzedniego kwartału;
- b) w segmencie CD PROJEKT RED – łącznie ponad 14 milionów zł, w tym:
 - przychody związane ze sprzedażą dystrybutorom elementów fizycznych edycji naszych gier, w tym przede wszystkim pierwszych dostaw gry Wiedźmin 3 na konsolę Nintendo Switch oraz elementów fizycznych edycji kolekcjonerskiej gry Cyberpunk 2077,
 - przychody uruchomionego w bieżącym roku internetowego sklepu firmowego dla graczy którego działalność po raz pierwszy objęta została konsolidacją wyników Grupy w bieżącym sprawozdaniu finansowym.

Po stronie kosztów, Koszty wytworzenia sprzedanych produktów i usług w kwocie ponad 6 milionów złotych, reprezentują głównie nakłady na prace rozwojowe projektów GWINT: Wiedźmińska Gra Karciana oraz Wojna Krwi: Wiedźmińskie Opowieści, których amortyzacja rozpoczęła się po premierze w czwartym kwartale 2018 r. W związku z powyższym pozycja ta nie ma odzwierciedlenia w sprawozdaniu z okresu porównawczego.

Koszty sprzedanych towarów i materiałów odpowiadają głównie kosztowi własnemu sprzedaży towarów, realizowanej w ramach platformy GOG.com – ponad 21 milionów zł – natomiast w segmencie CD PROJEKT RED są to koszty własne sprzedaży fizycznych elementów gier oraz – w mniejszym stopniu – koszty sprzedaży towarów do odbiorców końcowych realizowanej przez sklep firmowy.

Nasz Zysk brutto ze sprzedaży wyniósł niemal 55 milionów złotych – wyraźnie więcej niż w ubiegłym roku.

Po stronie kosztów bieżącego okresu w trzecim kwartale 2019 r. największą pozycję stanowiły Koszty sprzedaży – ponad 27 milionów zł. – na które składały się przede wszystkim wydatki związane z marketingiem i promocją ponoszone w zakresie poszczególnych segmentów działalności Grupy. Ich najistotniejszą część stanowiły działania podejmowane przez studio CD PROJEKT RED, w szczególności kampanie marketingowe realizowane w ramach promocji projektów Cyberpunk 2077, GWINT: Wiedźmińska Gra Karciana oraz Wiedźmin 3: Dziki Gon w okresie poprzedzającym październikową premierę tej gry na konsolę Nintendo Switch.

Kolejną znaczącą pozycję Kosztów sprzedaży w trzecim kwartale 2019 r. stanowiły koszty serwisu, utrzymania i rozwoju gry GWINT – w tym prac nad ostatnim dodatkiem Żelazna Wola i wersją iOS, wydanych w październiku bieżącego roku, tj. po zamknięciu okresu rozliczeniowego. Koszty te są dzielone w ramach współpracy w konsorcjum przez CD PROJEKT RED i GOG.com.

W segmencie GOG.com koszty sprzedaży związane są z działaniami marketingowymi dotyczącymi serwisu GOG.com, a także pracami związanymi z obsługą sprzedaży realizowanej za pośrednictwem cyfrowej platformy dystrybucji.

Wzrost ogólnej wartości kosztów sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego wynika głównie z intensyfikacji działań promocyjnych związanych z grą Cyberpunk.

Koszty ogólnego zarządu Grupy CD PROJEKT wyniosły w trzecim kwartale 2019 niecałe 12 milionów zł. Były to wynagrodzenia personelu administracyjnego, wszystkie koszty związane z funkcjonującym w Grupie programem motywacyjnym, a także sklasyfikowane w tej kategorii koszty innych usług obcych. Wzrost kosztów ogólnego zarządu w trzecim kwartale 2019 r. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego wynikał głównie ze wzrostu ujętych w okresie kosztów programu motywacyjnego w związku z dokonaną w połowie roku zmianą szacunku odnośnie okresu jego realizacji. W konsekwencji tej zmiany wynikające z wyceny przyznanych uprawnień koszty programu rozliczane są w krótszym okresie i tym samym w proporcjonalnie wyższej wartości przypadającej na bieżący kwartał. Ponadto wzrost kosztów ogólnego zarządu Grupy związany jest ze wzrostem zatrudnienia oraz skali działalności Grupy na przestrzeni ostatnich 12 miesięcy.

Skonsolidowany Zysk netto Grupy za trzeci kwartał 2019 r. wyniósł niemal 15 milionów zł i był porównywalny z osiągniętym w analogicznym okresie ubiegłego roku. W bieżącym roku zanotowaliśmy nadwyżkę kosztów związanych z projektem GWINT (w tym amortyzację kosztów stworzenia gry, a także prace nad najnowszym dodatkiem pt. Żelazna Wola oraz nad wersją na urządzenia iOS, wydanymi w październiku). Odnotowaliśmy również istotne wydatki związane z promocją Cyberpunka.

Przejdźmy teraz do kolejnego slajdu - sytuacji finansowej Grupy.

W trzecim kwartale 2019 r. największy wpływ na wartość Aktywów trwałych Grupy miały Nakłady na prace rozwojowe, które uległy zwiększeniu o 41 milionów zł. do kwoty 333 milionów zł. Pozycja ta obejmuje przede wszystkim koszty związane z rozwojem nowych gier i technologii, do których wrócić jeszcze za chwilę.

Kolejną istotną pozycją, w ramach której zanotowaliśmy wzrost, były Zapasy. Pozycja ta wzrosła w segmencie CD PROJEKT RED do niecałych 11 milionów zł w wyniku:

- a) rozpoczęcia produkcji wersji pudełkowej Wiedźmina 3 na Nintendo Switch, opublikowanej w październiku;
- b) rozpoczęcia produkcji fizycznych elementów edycji kolekcjonerskiej Cyberpunka;
- c) ujęcia w sprawozdaniu zapasów należących do spółki CD PROJEKT RED Store, która w maju rozpoczęła dystrybucję produktów do klientów europejskich, a we wrześniu - do amerykańskich.

Przechodząc do wiersza poniżej – zmniejszenie o niemal 51 milionów złotych Należności handlowych Grupy wynika przede wszystkim ze spływu należności wykazanych na koniec drugiego kwartału. Poprzedni kwartał było kresem intensywnej działalności sprzedażowej, w którym ponadto rozpoczęliśmy kampanię preorderową Cyberpunka, co przełożyło się na wysoką wartość salda należności handlowych na koniec czerwca.

Największa zmiana w zakresie aktywów dotyczy Środków pieniężnych oraz Lokat bankowych o łącznej wartości 594 milionów zł. Pomimo poniesienia istotnych nakładów na produkcję nowych gier i technologii, nasze zasoby finansowe uległy zwiększeniu względem 30 czerwca 2019 r. o 63 miliony zł.

Przechodząc do pasywów Grupy: pod koniec trzeciego kwartału 2019 wartość Kapitałów własnych wyniosła niecałe 995 milionów zł. Jej wzrost w stosunku do końca ubiegłego okresu wynikał głównie z wypracowanego zysku bieżącego okresu.

W ramach Zobowiązań największą zmianę odnotowaliśmy w pozycji Rozliczeń międzyokresowych przychodów, które wzrosły o 46 milionów, osiągając wartość 130 milionów zł. Pozycja ta obejmuje przede wszystkim sprzedaż przyszłych okresów dotyczącą gry Cyberpunk, tj. minimalne gwarancje otrzymane od dystrybutorów oraz zaliczki na poczet tantiem związanych z kampanią preorderową, a także – w mniejszym stopniu – sprzedaż przyszłych okresów związaną z dodatkiem Żelazna Wola do GWINTa oraz Wiedźminem 3 na konsolę Nintendo Switch. W ramach tej pozycji raportujemy również rozliczenia międzyokresowe przychodów związane z dotacjami, w kwocie 9,5 miliona zł.

Przejdźmy teraz do slajdu przedstawiającego główne składniki naszych przepływów finansowych w ujęciu graficznym

Na koniec drugiego kwartału dysponowaliśmy 530 milionami zł w gotówce i na lokatach bankowych. W bieżącym okresie rozliczeniowym Grupa wypracowała niecałe 15 milionów zł zysku netto. Nasze należności uległy zmniejszeniu o 51 milionów zł, co przyczyniło się do dodatniego salda przepływów finansowych. W trakcie ostatnich trzech miesięcy znacząco wzrosło też saldo rozliczeń międzyokresowych przychodów – głównie sprzedaży Cyberpunka w przyszłych okresach, o której wspominałem minutę temu – co stanowiło dla nas trzeci istotny strumień dopływu gotówki. Jeśli zaś chodzi o wypływy – odnotowaliśmy wzrost zapasów w związku z produkcją gry Wiedźmin 3 na konsolę Nintendo Switch, fizycznych składników Cyberpunka oraz produktów dystrybuowanych przez CD PROJEKT RED Store. Ponadto w trzecim kwartale Grupa wydała ponad 43 miliony zł na rozwój nowych gier i technologii. *Summa summarum*, pod koniec września dysponowaliśmy gotówką i lokatami bankowymi o łącznej wartości niemal 594 milionów zł, czyli o 63 milionów więcej, niż na początku kwartału.

Wracając do naszej podstawowej działalności, tj. produkcji gier i technologii - na kolejnym slajdzie prezentujemy kwartalne wypływy gotówki związane z tymi działaniami na przestrzeni bieżącego i ubiegłego roku

Wyraźny wzrost wydatków w ostatnim okresie wynika głównie z realizowanej przez CD PROJEKT RED produkcji gry Cyberpunk 2077, która weszła w ostatnią, najintensywniejszą fazę. Ściślej rzecz biorąc – prezentowany wzrost wynika głównie z wydatków związanych z lokalizacją Cyberpunka, zwłaszcza jeśli chodzi o nagrywanie poszczególnych ścieżek dźwiękowych, a także koszty przystosowania Wiedźmina 3 do wymagań konsoli Nintendo Switch.

To wszystko z mojej strony. Możemy teraz rozpocząć sesję pytań i odpowiedzi.

Ken Rumph, Jefferies: Witam Panie i Panów; mam nadzieję, że mnie dobrze słyszycie. Mam kilka pytań odnośnie przyszłych wydarzeń. Wiem, że wolicie nie rozmawiać o przyszłych grach w czasie, gdy koncentrujecie się na Cyberpunku, ale mimo to chciałbym zadać kilka pytań o charakterze ogólnym. Po pierwsze – kilka lat temu opublikowaliście strategię. Czy macie zamiar ją zaktualizować i czy dysponujecie w tym zakresie jakimś terminarzem? Po drugie – ogłosiliście, że po premierze Cyberpunka należy spodziewać się zarówno darmowego, jak i odpłatnego DLC. Czy to oznacza, że wolicie poczekać z marketingiem oraz informacjami na temat przyszłych gier do chwili ukazania się tego DLC? Przykładowo – czy na przyszłorocznych targach E3, po kwietniowej premierze Cyberpunka i jego wielkim sukcesie, którego wszyscy się spodziewamy, należy spodziewać się informacji na temat kolejnych gier? Tak więc – garść pytań o przyszłość i jeszcze jedno pytanie: czy moglibyście scharakteryzować Wasze podejście do kolejnej generacji konsol i serwisów streamingowych, na przykład w kontekście Cyberpunka, biorąc pod uwagę spodziewaną w przyszłym roku premierę tych platform? Dziękuję.

AK: Dziękuję; tak, słyszymy Pana. Od czasu do czasu aktualizujemy nasze plany. Ostatni raz uczyniliśmy to po zakończeniu naszego poprzedniego programu motywacyjnego; oczekuję zatem – nie jest to jeszcze postanowione, gdyż nie dotarliśmy jeszcze do tego punktu, lecz zbliżamy się do zakończenia bieżącego programu – że będzie to dobry moment na odświeżenie naszej strategii. Pragnę podkreślić, że strategia zasadniczo nie ulega zmianie: chcemy tworzyć gry klasy AAA; z drugiej jednak strony moglibyśmy nakreślić nieco odleglejszą przyszłość, na przykład kolejne 4-6 lat. Tak więc – być może uczynimy to w przyszłym roku, lecz nie podjęliśmy jeszcze w tej mierze decyzji, a główną przyczyną jest chęć zamknięcia naszego bieżącego programu motywacyjnego.

Jeśli chodzi o drugie pytanie – w naszej działalności promocyjnej lubimy zaskakiwać; nie mogę więc obecnie ujawnić, czy w trakcie kampanii promocyjnej oraz w czasie publikacji dodatków będziemy wypowiadać się na temat przyszłych gier AAA dla jednego gracza.

Michał Nowakowski (MN): Hej; z tej strony Michał Nowakowski. Ostatnia część Pana pytania dotyczyła kolejnej generacji konsol i platform streamingowych. Może zaczniemy od tych drugich. O ile pamiętam, to z naszej strony pojawiły się już związane z tą tematyką ogłoszenia – bodajże na gamescom w sierpniu ogłosiliśmy, że zamierzamy być obecni z Cyberpunkiem na platformie Stadia. Jednocześnie zastrzeżliśmy, że wersja ta nie będzie dostępna od samego początku, tj. od 16 kwietnia. Tak więc – nie możemy przedstawić szczegółowych informacji, ale niewątpliwie trzeba będzie poczekać nieco dłużej niż do 16 sierpnia, by zagrać w Cyberpunka na Stadii. Stadia będzie dla nas kolejnym kanałem sprzedaży – udostępniemy tam naszą grę w pełnej cenie, z dostępem poprzez kanał streamingowy; nie rozważamy natomiast postużenia się modelem subskrypcji.

Co do nowej generacji konsol – nasza gra zostanie wydana na konsole bieżącej generacji, zgodnie z tym, co ogłaszaliśmy. Oczywiście wiemy mniej więcej co przyniesie przyszłość – jak wyglądają perspektywy rozwoju platform PlayStation i Xbox; śledzimy te informacje i można śmiało założyć, że prędzej czy później nasze produkty pojawią się na nowych platformach. Nie jesteśmy teraz w stanie szczegółowo określić kiedy i jakie będą to produkty, ale można przyjąć, że z pewnością nie celujemy w początek sprzedaży wymienionych konsol. Tyle z mojej strony.

AK: Jeszcze jedno – nasze gry zawsze nieco wyprzedzały dostępne technologie i zawsze najlepiej spisywały się na mocnych pecetach. Pod wieloma względami jesteśmy więc gotowi na pojawienie się mocniejszych platform sprzętowych – przynajmniej od strony technicznej.

Matilde Durazzano, Barclays: Dzień dobry. Chciałabym zadać pytanie dotyczące preorderów. W połowie roku wspominaliście, że oczekujecie mniejszej liczby preorderów w bieżącym kwartale, po rozpoczęciu kampanii marketingowej. Chciałabym wiedzieć, czy faktyczne wyniki odzwierciedlają Wasze oczekiwania. Po drugie zaś – jak duży jest wpływ wydania Wiedźmina 3 na Switch i czy pod koniec roku 2019 będziemy mieli dostęp do pełnych danych w tym względzie. Dziękuję.

PN: W dalszym ciągu rejestrujemy preordery gry Cyberpunk, a ich skumulowana liczba całkowicie odpowiada naszym oczekiwaniom. Rzecz jasna rozpoczęcie kampanii preorderowej wygenerowało pik, zaś w późniejszym okresie krzywa uległa wyfłaszczeniu. To naturalne zjawisko. Jeśli chodzi o preordery, to najważniejszy okres nastąpi kilka dni przed wydaniem gry. W przypadku Wiedźmina 3 na okres ten przypadała większość zamówień związanych z kampanią preorderową gry.

Jeśli chodzi o sprzedaż Wiedźmina 3 na Switch i GWINTa – w obydwu przypadkach są to ponowne wydania dostępnych już na rynku produktów, dzięki którym docieramy do szerszej rzeszy klientów. Oczywiście przekładają się one na zwiększone przychody, lecz nie w takiej samej skali, jak nowe premiery w rodzaju Wiedźmina 3 lub Cyberpunka. Tak więc: odnotujemy zwiększoną sprzedaż, lecz – w przeciwieństwie do nowych premier – nie wiąże się ona ze zmianą status quo.

Matthew Walker, Credit Suisse: Dzień dobry. Dwa pytania. Po pierwsze – czy moglibyście powiedzieć nieco więcej o grze mobilnej, nad którą pracuje Spokko? Wiele firm podlega rozwój swoich gier mobilnych Tencentowi; byłoby więc przydatne, gdybyście mogli wyjaśnić swoją strategię na rynku mobilnym. Po drugie zaś – w kwestii wydania Cyberpunka dla wielu graczy – nie przedstawiliście konkretnych dat, ale czy moglibyście powiedzieć coś na temat spodziewanej intensywności monetyzacji tego rodzaju gry F2P? Dziękuję.

AK: OK, a więc – zespół Spokko ma wieloletnie doświadczenie w tym biznesie; zanim do nas dołączył wydał prawie 30 mniejszych gier. W większości były to wydania casualowe, ale wiele się przy tym nauczyli. Znamy ich od lat; przyszli do nas z ciekawym pomysłem, a my pozwoliliśmy im spróbować i rozwinąć swoje studio pod naszymi skrzydłami. Mamy 75% udziałów w Spokko; pozostałe 25% jest w rękach członków zespołu. Jeśli chodzi o stan prac – na razie nie zdradzamy szczegółów poza tym, że projekt jest w toku. Eksperymentujemy z różnymi koncepcjami. Gra dotyczy jednej z naszych marek, ale póki co powstrzymam się z konkretnymi. Postanowiliśmy działać na własną rękę z uwagi na doświadczenie Spokko – tak wyglądają przyczyny.

MN: Chciałbym przy okazji skomentować pytanie o Tencent. Ta firma nie pomaga innym deweloperom w tworzeniu gier, a jedynie w ich adaptacji na rynek chiński. To specjaliści w obsłudze i ulepszaniu gier, lecz nie słyszałem o żadnej grze opracowanej przez Tencent, która odniosłaby globalny sukces. Owszem, Tencent posiada udziały w zachodnich studiach, które odniosły sukces przed ich przejęciem przez Tencent, lecz w historii Tencent próżno szukać gry, która byłaby stworzona od podstaw przez tę firmę i odniosła globalny sukces. Dla porządku – Tencent to wysokiej klasy specjaliści w zakresie obsługi, organizowania eventów itp.; to nie ulega kwestii – lecz nie słyszałem, by Tencent tworzył gry od podstaw. Tego rodzaju wkład pochodzi od zewnętrznych zespołów i nie wynika z „magii” Tencent.

AK: Jeśli chodzi o monetyzację multiplayerowego Cyberpunka – obecnie uważamy, że jest zdecydowanie za wcześnie, by ujawniać jakiegokolwiek szczegóły. Projekt jest na wczesnym etapie rozwoju, my zaś stale eksperymentujemy – bądź co bądź to nasza pierwsza gra

multiplayerowa. Badamy rozmaite możliwości i póki co nie czas na precyzyjne określanie kierunków, choć można śmiało uznać, że nie sprzeniewierzymy się naszej własnej polityce „umów z graczami”. Monetyzacja będzie miała inteligentny charakter i zadbamy o to, by – jak zawsze – dostarczać wartościowe produkty w zamian za otrzymaną zapłatę.

Tomasz Rodak, BOŚ: Cześć; tu Tomasz Rodak, Dom Maklerski BOŚ. O ile dobrze rozumiem, 68% przychodów z projektu GWENT pochodzi obecnie z urządzeń iOS. Czy moglibyście wyjaśnić, ilu spośród tych klientów to nowi gracze, a ilu jedynie zmieniło platformę na iOS? I drugie pytanie – czy moglibyście skomentować sprzedaż Wiedźmina 3 na Switch? Gra jest obecnie na liście 20 najpopularniejszych tytułów w Nintendo Store. Czy dane dotyczące sprzedaży współgrają z Waszymi oczekiwaniami? I jeszcze jedno – czy moglibyście powiedzieć co nieco na temat skali przychodów generowanych przez Wasz sklep firmowy?

PN: Po pierwsze – nowi użytkownicy na platformie iOS – nie ujawniamy szczegółowych danych, ale ogromna większość tych użytkowników to nowi klienci, dla których jest to pierwszy kontakt z GWINTEM. Oczywiście notujemy też pewną migrację między platformami, lecz ma ona obecnie mniejszościowy charakter. Co do wyników na platformie Switch – jak powiedział Adam, dysponujemy jedynie danymi z kilku pierwszych tygodni, a informacje na temat sprzedaży wersji pudełkowych docierają do nas z opóźnieniem; co więcej – jesteśmy w przededniu najważniejszego okresu w roku kalendarzowym, tj. okresu przedświątecznego, który niewątpliwie będzie miał istotny wpływ na dane raportowane w czwartym kwartale. Póki co jednak sprzedaż odpowiada naszym oczekiwaniom, które zresztą były dość precyzyjnie określone w umowach z dystrybutorami. Nie ma tu żadnych niespodzianek; wszystko idzie zgodnie z planem. Trzecie pytanie dotyczyło sklepu firmowego. W bieżącym sprawozdaniu finansowym po raz pierwszy objęliśmy ten sklep konsolidacją wyników w związku ze zwiększeniem skali jego działalności – jednak od strony przychodów sklep odpowiada jedynie za niewielką część naszej aktywności sprzedażowej. Co do rentowności – powiedziałbym, że jest ona neutralna. Zainwestowaliśmy w utworzenie sklepu; obecnie go rozbudowujemy i liczymy, że w przyszłości jego udział w wynikach Grupy będzie większy.

Ken Rumph, Jefferies: Garść pytań dodatkowych. Po pierwsze, na konferencji podsumowującej wyniki za cały ubiegły rok stwierdziliście – w kwestii dywidend – że wolicie wypłacać je dopiero po odniesieniu sukcesu rynkowego; później jednak mimo wszystko wypłaciliście dywidendę. Rzecz jasna – z punktu widzenia zasobów finansowych Grupa jest w dobrej kondycji nawet przed premierą Cyberpunka. Czy istnieją jakieś wytyczne lub oczekiwania związane z możliwością wypłaty dywidend za bieżący rok – np. stwierdzenie, że akcjonariusze lubią dywidendy i w związku z tym zamierzacie kontynuować tę działalność? I drugie pytanie związane z kapitalizacją nakładów na prace rozwojowe, a ściślej – z liczebnością zespołu deweloperskiego. Czy moglibyście przybliżyć podział tego zespołu na Cyberpunka, GWINTa i inne rozpoczęte projekty, o których wcześniej wspominaliście? Czy Cyberpunk nadal odpowiada za ogromną większość Waszych skapitalizowanych nakładów na prace rozwojowe? Dziękuję.

PN: Pierwsze pytanie dotyczyło dywidend. Jest zdecydowanie za wcześnie, by wdawać się w poważne rozważania na temat dywidend za bieżący rok, zwłaszcza w świetle premiery Cyberpunka na początku przyszłego roku. Skupiamy się na wydaniu tej gry, a nie na rozważaniach dotyczących podziału bieżących zysków. Jeżeli podejmiemy decyzję w kwestii wypłaty dywidendy, będziemy musieli ją opublikować; zapraszam zatem do śledzenia naszych raportów bieżących. Druga kwestia to podział wydatków na prace rozwojowe – po pierwsze, wszystkie ponoszone w danym kwartale koszty związane ze stworzeniem i rozwojem GWINTa są obecnie rozliczane jako koszty okresu bieżącego; nie podlegają więc kapitalizacji już od czwartego kwartału 2018, gdy wydaliśmy zarówno GWINTa jak i Wojnę Krwi i nie zwiększają salda naszych bieżących nakładów na prace rozwojowe. Dane zawarte w rachunku zysków i strat dotyczą przede wszystkim Cyberpunka – wersji dla jednego gracza oraz dla wielu graczy, przy czym ten drugi projekt ma znacznie bardziej ograniczony charakter i dopiero niedawno się rozpoczął. Kilka innych projektów jest obecnie na wczesnym etapie realizacji, lecz – tak jak powiedziałem – ogromna większość ponoszonych kosztów ma związek z Cyberpunkiem.

Quercus TFI: Dzień dobry. Moje pytanie dotyczy wczorajszego ogłoszenia przez Valve nowej gry osadzonej w świecie Half-Life. Co prawda gra ma zostać wydana tylko w wersji na urządzenia VR, ale czy nie boicie się, że odciągnie część graczy od Cyberpunka biorąc pod uwagę związane z nią oczekiwania? I drugie pytanie – czy planujecie ponowne wydanie niektórych Waszych gier na urządzenia VR zważywszy, że zdaniem niektórych dużych wydawców może to być atrakcyjny kierunek rozwoju? Jak trudne – od strony technicznej – byłoby dostosowanie Waszych dotychczasowych gier do wymagań technologii VR?

MN: Oczywiście wiemy o zamiarach wydania Half-Life na urządzenia VR. Rzekłbym, że ogłoszenie to wszystkich zaskoczyło – ale chyba nie w sposób, który ma Pan na myśli. VR to bardzo wąska nisza na rynku gier; naprawdę bardzo wąska. Jediną przyczyną, która – moim zdaniem – wyjaśnia zainteresowanie Valve tym tytułem jest ich działalność na polu sprzętowym. Zakładam, że planują – i niewątpliwie są w to głęboko zaangażowani – podjąć próbę poszerzenia tej niszy. Podkreślam: mówimy tu o bardzo, bardzo, bardzo – mógłbym jeszcze kilka razy powtórzyć „bardzo” – wąskiej niszy na rynku gier. Czy więc mamy powody do zmartwień? Nie – gdyż działamy na zupełnie innym polu. Z ich strony jest to próba popularyzacji sprzętu, natomiast my celujemy w obecny rynek masowy, tj. główne konsole i PC, bez wymagań związanych ze sprzętem VR. Opierając się na naszych rozmowach z dużymi wydawcami mogę stwierdzić, że nic mi nie wiadomo, by którykolwiek z nich planował ostre wejście na rynek VR – choć możliwe też, że stosowne informacje do mnie nie dotarły. Owszem, istnieje kilka tytułów – obliczonych głównie na zademonstrowanie możliwości sprzętu – lecz nie mam informacji, które świadczyłyby o próbach zbudowania na tej podstawie solidnego biznesu. Sytuacja może ulec zmianie w nadchodzących latach; być może Half-Life będzie pierwszym kamieniem, który uruchomi lawinę, lecz z pewnością nie nastąpi to w pierwszej połowie przyszłego roku ani nawet – ośmielę się rzec – w całym 2020 r. Jeśli chodzi o późniejsze lata, to powstrzymam się przed spekulacjami; być może pewnego dnia technologia VR zejdzie

pod strzechy i uzasadni opieranie na niej modelu biznesowego, lecz z naszego punktu widzenia nie stanowi to obecnie problemu.

AK: A co do konwersji naszych istniejących gier – trudno powiedzieć, ale należy pamiętać, że aby wydać grę na VR trzeba ją od początku zaprojektować z myślą o VR. Dodam jeszcze, że wolimy pracować nad nowymi, ambitnymi tytułami niż wracać do starych projektów. Oczywiście nie zawsze jest to prawda – bądź co bądź dopiero co wydaliśmy Wiedźmina 3 na Switch – lecz zdecydowanie preferujemy nowe gry.

AK: Dziękujemy za udział w konferencji. Następne spotkanie planujemy w marcu, w związku z publikacją rocznych wyników finansowych; konferencja ta będzie strumieniowana w języku polskim i angielskim. Zachęcamy Państwa do uczestnictwa i do zobaczenia w przyszłym roku!