

Adam Kiciński (AK):

Dzień dobry.

Witam na telekonferencji poświęconej wynikom finansowym Grupy CD PROJEKT w trzecim kwartale 2021. Poprowadzę tę prezentację wspólnie z Piotrem Nielubowiczem, członkiem Zarządu i dyrektorem finansowym. Michał Nowakowski – członek Zarządu odpowiedzialny za Business Development dołączy do nas podczas sesji Q&A.

Webcast prezentacji, razem ze ścieżką audio, są streamowane na naszej stronie korporacyjnej cdprojekt.com oraz na naszym kanale IR w serwisie Youtube.

Zacznijmy od slajdu nr 2, który przedstawia przydział deweloperów do bieżących projektów.

Jak widać – mamy do czynienia ze stopniowym przepływem do nowych projektów, zwłaszcza jeśli chodzi o rozszerzenie do Cyberpunka, w którego tworzeniu bierze udział coraz więcej deweloperów.

Mimo, iż Cyberpunk został już w znacznym stopniu udoskonalony, o czym świadczą coraz lepsze opinie w serwisie Steam, nadal ciężko pracujemy nad poprawą jakości podstawowej wersji gry – zarazem skupiając się nad wydaniem dopracowanej wersji na nową generację konsol.

Przechodząc do slajdu nr 3 – chciałbym potwierdzić, że zarówno nasze wewnętrzny zespół Cyberpunka, jak i zespół Saber Interactive pracujący nad edycją next-gen Wiedźmina 3 są na dobrej drodze, by dotrzymać ogłoszonych wcześniej terminów wydania swoich projektów. Więcej na temat obydwu gier powiemy w przyszłym roku.

Jeśli chodzi o GWINTa – przejdźmy do slajdu nr 4.

W 2021 obchodzimy piątą rocznicę GWINTa i z tej okazji postanowiliśmy wprowadzić pewne zmiany w zakresie obsługi gry.

Naszym celem jest zachowanie daleko idącej elastyczności – GWINT będzie więc w dalszym ciągu otrzymywał aktualizacje i dodatki; zarazem jednak zamierzamy wykorzystać część zespołu GWINTa w innych projektach realizowanych w studio.

Co do przyszłych planów związanych z grą – więcej szczegółów ujawnimy przy okazji finału serii GWENT Masters w dniu 5 grudnia; prosimy więc o jeszcze chwilę cierpliwości.

Przejdźmy do slajdu nr 5.

Jak wiecie, Wiedźmin: Pogromca Potworów – gra lokalizacyjna oparta na technologii AR, stworzona przez Spokko, ukazała się w lipcu i zdobyła wysokie oceny użytkowników zarówno w wersji na Androida, jak i na iOS. Upewniwszy się co do jakości gry dążymy obecnie do poprawy retencji i mechanizmów monetyzacji.

W ramach najnowszej aktualizacji, wydanej 24 listopada, wprowadziliśmy skuteczniejszy system Live Ops, który – jak sądzimy – przyciągnie do gry większą liczbę użytkowników.

Slajd 6 przypomina o dwóch przejściach, których dokonaliśmy w ostatnich miesiącach.

Jak wiecie, w lipcu przejęliśmy kanadyjskie studio Digital Scapes z siedzibą w Vancouver – ze studiem tym współpracowaliśmy już od kilku lat. To nasz czwarty zespół – po zespołach działających w Warszawie, Krakowie i Wrocławiu. Z kolei w październiku połączyliśmy siły z bostońskim studiem zbudowanym przez weteranów gamedevu: The Molasses Flood.

Obydwa przejścia dają nam dostęp do zagranicznej puli talentów i stwarzają nowe możliwości rozwoju. CD PROJEKT RED Vancouver będzie nam służyć swoimi umiejętnościami i doświadczeniem w pracy nad bieżącymi i przyszłymi projektami; z kolei The Molasses Flood zamierza – w ścisłej współpracy z CD PROJEKT RED – rozwijać własny, nieogłoszony jeszcze projekt, oparty na jednej z naszych francyz. Zamierzamy dynamicznie rozwijać obydwie zespoły w nadchodzących latach.

Czas na podsumowanie wyników finansowych w trzecim kwartale 2021. Piotrze – oddaję Ci głos.

Piotr Nielubowicz (PN):

Dzięki, Adam.

W tej części prezentacji omówię nasz wynik finansowy w trzecim kwartale bieżącego roku. Zaczniemy od rachunku zysków i strat – slajd nr 8.

Nasze skonsolidowane przychody ze sprzedaży osiągnęły 144 miliony PLN – czyli 38% więcej, niż analogiczne przychody w trzecim kwartale ubiegłego roku. Większość z nich pochodzi ze sprzedaży naszych własnych produktów – 104 miliony PLN przychodów, czyli 68% więcej, niż rok temu.

Głównym źródłem tegorocznych przychodów był dla nas Cyberpunk, z czego większość w dalszym ciągu przypada na dystrybucję cyfrową.

Przychody ze sprzedaży towarów i materiałów wyniosły niecałe 40 milionów złotych, co stanowi lekki spadek – ale główny udział w tych przychodach ma dystrybucja cyfrowa w GOG.COM, a ta zanotowała wzrost o 6%.

Koszt sprzedanych produktów i usług wyniósł 23 miliony PLN. Wzrost od ubiegłego roku wynika przede wszystkim z amortyzacji historycznych wydatków poniesionych na stworzenie Cyberpunka – 17 milionów złotych w bieżącym okresie – które nie miały odpowiednika w RZiS w okresie porównawczym w 2020 r.

Warto też wspomnieć, że omawiany okres był ostatnim kwartałem, w którym dokonujemy amortyzacji wydatków poniesionych na stworzenie GWINTa i Wojny Krwi. Oznacza to – poczynając od Q4 2021 – obniżenie kosztów sprzedanych produktów o około 5 milionów złotych na kwartał.

Koszty sprzedanych towarów i materiałów – na które składa się głównie GOG – utrzymują się na z grubsza niezmiennym poziomie.

Podsumowując – nasz zysk brutto na sprzedaży wyniósł nieco ponad 91 milionów PLN, czyli o jedną trzecią więcej, niż w ubiegłym roku.

Przechodząc do kosztów operacyjnych – w trzecim kwartale bieżącego roku nasze koszty sprzedaży wzrosły do 55 milionów PLN. Za tym wzrostem stały głównie koszty obsługi Cyberpunka w wysokości 17 milionów PLN – wielu naszych deweloperów i testerów brało udział w przygotowaniu aktualizacji do gry. Kolejną aktualizację zamierzamy opublikować razem z wersją na nową generację konsol w pierwszym kwartale przyszłego roku. Nakłady na obsługę Cyberpunka poniesione w Q3 2021 pozostają istotne, choć od chwili premiery notujemy ich stopniowy spadek.

W porównaniu z ubiegłym rokiem wzrosły również koszty ogólnego zarządu. W tej kategorii uwzględniamy m. in. koszty prac badawczych na wczesnym etapie trwania nowych projektów – w kwocie 4 milionów PLN – a także 4 miliony w kosztach związanych z programem motywacyjnym. Te ostatnie oparte są na wycenie dokonanej przez aktuariusza i mają charakter niepieniężny.

Summa summarum, nasz zysk netto za trzeci kwartał br. wyniósł 16 milionów PLN. Na ten wynik składa się strata zanotowana przez GOG oraz 21 milionów zysku wypracowanego przez CD PROJEKT RED.

Co do GOGa – jego wyniki pozostawiają nieco do życzenia i dlatego podjęliśmy kroki zmierzające do ich poprawy. Przede wszystkim – postanowiliśmy, że GOG powinien skupić się na swojej podstawowej działalności – czyli dystrybucji starannie wyselekcjonowanych gier w modelu DRM-free, z którego jest znany. W duchu tej decyzji planujemy zmiany w strukturze zespołu: część deweloperów, którzy dotychczas pracowali nad rozwiązaniami online wykorzystywanymi głównie przez studio przejdzie do CD PROJEKT RED.

Oprócz tego z końcem roku zakończy się udział GOGa w konsorcjum GWINT – GOG nie będzie już więc ponosił przypadających na siebie wydatków, ani otrzymywał odpowiadającej im części przychodów generowanych przez ten projekt.

Oprócz wymienionych zmian zapoczątkowaliśmy też reorganizację działań GOGa. Uważamy, że zmiany te pozwolą GOGowi skupić się na swojej podstawowej działalności i przełożą się na lepsze wyniki finansowe w 2022 r.

Wracając do wyników Grupy – choć Q3 nigdy nie był moim ulubionym kwartałem, chciałbym nakreślić je w szerszej perspektywie. Przejdźmy do kolejnego slajdu – numer 9. Całkowita wysokość każdego słupka oznacza przychody wypracowane w trzecim kwartale w poszczególnych latach. Pod względem przychodów był to więc najlepszy trzeci kwartał w całej naszej historii.

Z tych przychodów finansujemy nasze koszty i wydatki – oznaczone na szaro – po których odliczeniu zostają nam zyski netto, oznaczone kolorem niebieskim. W tym roku nasza struktura kosztowa odbiega od ubiegłych lat. Przejdźmy do kolejnego slajdu.

Istotne pozycje kosztowe miały związek z działaniami ograniczonymi czasowo – mam tu na myśli zwłaszcza koszty obsługi Cyberpunka (zielony) oraz prace badawcze na wczesnym etapie nowych projektów (czerwony). Te drugie stanowią w pewnym sensie inwestycję w nasze przyszłe produkty i sprzedaż. Przy okazji – odnotowaliśmy też nowe, istotne pozycje kosztowe o charakterze niepieniężnym – np. amortyzację Cyberpunka (żółty).

Przejdźmy do kolejnego slajdu – nr 11 – nasz skonsolidowany bilans.

W trzecim kwartale roku saldo nakładów na prace rozwojowe utrzymywało się na stabilnym poziomie. Inwestycje w przyszłe produkty – pod względem księgowym – były z grubsza równoważone amortyzacją dotychczasowych produktów. Z drugiej jednak strony zmalały nasze należności – z 248 do 166 milionów złotych, co jest typowym zjawiskiem po sezonowym wzroście sprzedaży w drugim kwartale.

Zwiększeniu uległy nasze krótko- i długoterminowe Pozostałe aktywa finansowe, co wynika z zakupu obligacji skarbowych w ramach dywersyfikacji rezerw. Całkowita wartość obligacji, gotówki i lokat bankowych składających się na pozycje oznaczone gwiazdką jest widoczna pod tabelą aktywów – na koniec września wynosiła niemal 1 miliard 185 milionów PLN. Oznacza to, że w trzecim kwartale nasze rezerwy finansowe wzrosły o 55 milionów PLN.

Suma kapitałów Grupy CD PROJEKT zwiększyła się w trzecim kwartale głównie na skutek niepodzielonego wyniku finansowego oraz wpływów kapitałowych związanych z programem motywacyjnym.

Po stronie zobowiązań – nasze zobowiązania (handlowe i pozostałe) wzrosły o 21 milionów złotych, zaś rezerwy zmalały o 49 milionów złotych, głównie za sprawą spożytkowania zawiązanych wcześniej rezerw sprzedażowych.

Jak dotąd nie przedstawiłem szczegółów naszych wydatków na prace rozwojowe; przejdźmy więc do kolejnego slajdu – nr 12 – przedstawiającego wydatki CD PROJEKT RED na R&D oraz obsługę wydanych uprzednio gier w ujęciu kwartalnym. Slajd ten stanowi kontynuację tematu prezentowanego podczas poprzednich telekonferencji.

Na żółto zaznaczyliśmy sumaryczne koszty obsługi wydanych dotychczas gier – głównie Cyberpunka i GWINTa. Jak już wspomniałem, kwoty związane z Cyberpunkiem w tym roku stopniowo maleją. Z drugiej zaś strony coraz większa część zespołu bierze udział w pracach nad nowymi projektami i w ślad za tym idzie wzrost odnośnych kosztów, reprezentowanych przez część zieloną (wstępne prace badawcze) oraz niebieską (prace nad konkretnymi projektami). Dane te potwierdzają wcześniejsze uwagi Adama dotyczące zaangażowania zespołu.

I na zakończenie – uproszczony rachunek przepływów pieniężnych, przedstawiony na slajdzie nr 13. Zyskom wypracowanym w trzecim kwartale towarzyszyło zmniejszenie salda należności o niemal 89 milionów złotych. Jeśli chodzi o wypływy gotówkowe – wydaliśmy 26.5 miliona PLN na rozwój nowych projektów, zaś niepieniężna amortyzacja wydatków związanych z opublikowanymi wcześniej produktami wyniosła niemal 23 milionów złotych. Pozostałe przepływy i zmiany sumują się do niecałych 10 milionów – wśród nich warto wymienić zapłatę za studio Digital Scapes, obecnie działające pod nazwą CD PROJEKT RED Vancouver.

W sumie nasze rezerwy finansowe wzrosły o 55 milionów PLN do niemal 1 miliarda 185 milionów PLN w gotówce, lokatach bankowych i obligacjach skarbowych – jest to stan na dzień 30 września 2021.

To wszystko z mojej strony; dziękuję za uwagę. Przejdźmy teraz do części Q&A.

P1: Dobry wieczór. Mam – w pewnym sensie – trzy pytania; tj. jedno pytanie, a później drugie, które składa się z dwóch części. Po pierwsze – patrząc na amortyzację Cyberpunka oraz na nakłady na jego obsługę w Q3 na slajdzie 10 widać, że amortyzacja pozostanie na niezmiennym poziomie przez kolejne – jak sądzę – 4 lata? A co z wydatkami na obsługę? Oczywiście staracie się sprzedać jak najwięcej kopii, a my staramy się zamodelować tę sprzedaż – czy powinniśmy oczekiwać, że wydatki na obsługę CP pozostaną na dotychczasowym poziomie? Innymi słowy – czy obydwie te pozycje pozostaną z grubsza niezmiennie w przyszłych okresach? I drugie pytanie – widzimy, że cena CP77 w ramach promocji Black Friday była bardzo niska; są liczne tego przykłady – tak więc dwa pytania: czy po przyzwyczajeniu odbiorców do tak niskich cen możliwe będzie przywrócenie ceny – chociażby – rzędu \$50? I jeszcze jedno – wiemy, że w przeciwieństwie do Ubisoftu czy EA nie dążycie do maksymalizacji liczby sprzedanych kopii po to, by osiągać zyski z transakcji realizowanych wewnątrz gier – biorąc to pod uwagę, do jakiego stopnia partycypujecie w tych obniżkach, a na ile stanowią one raczej cios cenowy dla dystrybutorów detalicznych?

PN: Więc tak, amortyzacja kosztów stworzenia CP będzie nam towarzyszyć przez pięć lat od daty premiery – zostały więc jeszcze cztery lata. Oczekujemy, że te kwoty nie ulegną zmianie; zamierzamy amortyzować 3% kosztów projektu w każdym kwartale. Inaczej sprawy mają się jeśli chodzi o koszty obsługi gry. Oczywiście zamierzamy pracować nad grą tak długo, jak to konieczne; mam jednak szczerą nadzieję, że nie będzie to trwało aż przez pięć lat. Jak stwierdziłem w swojej prezentacji, już w bieżącym

roku obserwujemy pewne zmniejszenie kosztów w ujęciu kwartalnym. Obecny moment jest nieco szczególny – wkrótce czeka nas premiera wersji next-gen, więc niektóre z tych kosztów dotyczą prac nad kolejną aktualizacją, która ukaże się równoległe z tą wersją. Prace te w dalszym ciągu angażują znaczną część zespołu. Oczywiście po premierze wersji next-gen niewątpliwie czeka nas jeszcze trochę pracy, ale oczekuję, że z czasem koszty obsługi CP będą gwałtownie maleć.

AK: Odpowiem na drugie pytanie. Przede wszystkim staramy się przywrócić grze reputację – to nasz główny cel. Owszem, cena ma znaczenie, ale im więcej osób gra w CP i im lepiej się przy tym bawią, tym lepsze perspektywy otwierają się przed franczyzą. Co do cen – w najbliższej przyszłości nie planujemy gwałtownych zmian. Aktualizacja na next-gen zostanie udostępniona za darmo wszystkim osobom, które kupiły grę w wersji na poprzednie generacje. Cena pełnej gry w wersji next-gen będzie taka sama, jak cena dotychczasowej wersji gry, gdyż aktualizację oferujemy gratis. Oczywiście mając do dyspozycji dodatkowy content – mam tu na myśli głównie rozszerzenia – będziemy mogli zaoferować nowe edycje, ale jest zbyt wcześnie, by o tym mówić. Planujemy ustabilizować ceny, ale przede wszystkim musimy zadbać o dobry sentyment wokół gry.

P2: Dobry wieczór wszystkim. Pierwsze pytanie ma charakter uzupełniający – czy mówiąc o stabilizacji cen – również w kontekście next-gen – macie na myśli ich stabilizację na obecnym poziomie na poszczególnych platformach, czy też przywrócenie pierwotnej ceny \$60? Czy możecie to wyjaśnić? Po drugie – widać, że w tym kwartale sprzedaż nie sprostała oczekiwaniom; czy przyczyna leży w liczbie sprzedanych egzemplarzy, w ich cenie, czy też jest to kombinacja tych dwóch czynników? I na koniec, w kwestii rozszerzeń – czy nadal zamierzacie wydać rozszerzenie w 2022 r.? Czy moglibyście potwierdzić, że tak wyglądają obecne plany?

AK: Odpowiem na pierwsze pytanie. Obecnie mamy szereg promocji, które dotyczą CP – nie chodzi tu tylko o Black Friday. Niektóre zostały z nami uzgodnione, do innych dochodzi z inicjatywy dystrybutorów detalicznych. Po wydaniu wersji next-gen będziemy mogli ustabilizować cenę promocyjną, ale nie zamierzamy podnosić cen gry w związku z tą premierą. Wkrótce przed premierą być może będziemy mogli powiedzieć coś więcej na temat naszej późniejszej polityki cenowej, ale obecnie jest na to zbyt wcześnie. Mogę też odpowiedzieć na trzecie pytanie – jak dotąd nie ogłaszaliśmy dat ani zawartości rozszerzeń; nie chciałbym więc wychodzić przed szereg i ujawniać informacji, których do tej pory nie upubliczniliśmy.

PN: Co do zewnętrznych oczekiwań dotyczących skali sprzedaży – po prawdzie, trudno jest mi komentować, czy rozbieżności między tymi oczekiwaniami a stanem faktycznym wynikają z takich czy innych czynników. Chciałbym jednak zwrócić uwagę na dwie rzeczy. Po pierwsze, Q3 to tradycyjnie jeden z najsłabszych sprzedażowo kwartałów w roku; po drugie zaś większość naszej sprzedaży pochodzi z kanałów cyfrowych. Do dystrybutorów fizycznych wysyłamy duże partie towaru w chwili premiery, ale w późniejszych okresach nie rejestrujemy już dalszych przychodów związanych z tym segmentem rynku. To, co widzicie w naszym bieżącym RZiS to dane przygotowane w oparciu o raporty od dystrybutorów wersji cyfrowych.

P2: Jeszcze jedno uzupełnienie – czy możecie powiedzieć coś więcej na temat restrukturyzacji GOGa? Czy oznacza to, że jego udział w sprzedaży raportowanej w RZiS będzie malał w kolejnych kwartałach? Prosiłbym o dodatkowe informacje związane z bieżącą sytuacją w GOGu.

PN: Nie; restrukturyzacja GOGa ma na celu umożliwienie mu skoncentrowania się na podstawowej działalności – działania związane z GWINTem nie będą już odbywały się przy współudziale zespołu GOG; zostaną w całości przeniesione do CD PROJEKT RED. Postanowiliśmy również przenieść do CD PROJEKT RED pewne procesy związane z funkcjonalnością cyfrową wykorzystywaną głównie przez to studio. Jednocześnie reorganizujemy naszą wewnętrzną działalność *back office* w GOGu – to jednak

nie przekłada się bezpośrednio na sprzedaż naszych własnych lub zewnętrznych produktów realizowaną przez GOG.

P3: Dobry wieczór. Pierwsze pytanie dotyczy sprzedaży gier z uniwersum wiedźmińskiego. Czy była ona niższa, niż przed rokiem? Po drugie – pytanie dotyczące promocji związanych z Czarnym Piątkiem. Czy – oprócz obniżek cen – z promocjami tymi wiąże się też istotny element kosztowy jeśli chodzi o kampanie marketingowe? Mam na myśli płatne ogłoszenia w mediach – coś ponad to, co robiliście przy okazji promocji letnich? I wreszcie GWINT – wspominaliście, że zmniejszacie skalę zespołu. Obecnie przydział deweloperów do GWINTa jest dość znaczny biorąc pod uwagę przychody generowane przez ten projekt – o ile dobrze rozumiem. Czy nastąpią tu istotne zmiany? Dziękuję.

PN: Zaczę od pierwszego pytania. Sprzedaż gier wiedźmińskich w 2021 była poniżej poziomu notowanego w 2020 r. Sądzę, że złożyły się na to trzy czynniki. Po pierwsze, wersja Wiedźmina 3 na Nintendo Switch ukazała się pod koniec 2019, więc w 2020 nadal była stosunkowo „świeża”. Po drugie, rok 2020 – zwłaszcza jego pierwsza połowa – był pod silnym wpływem wydarzeń związanych z rozwojem pandemii; obecnie efekt ten nie jest już mocno zauważalny. I po trzecie – pod koniec 2019 mieliśmy premierę serialu Netflix, która, jak sądzą, również mogła przyczynić się do zwiększonej sprzedaży Wiedźmina 3. W tym roku niewiele działo się w uniwersum wiedźmińskim – przynajmniej jeśli chodzi o nas – ale jak wiecie, przygotowujemy premierę wersji next-gen, co powinno stanowić znaczący kamień milowy w historii gry.

AK: Odpowiem na drugie pytanie. Co do dodatkowych kosztów związanych z Czarnym Piątkiem – powiedziałbym, że są niemal zerowe. Owszem, mamy pewne stałe wydatki na marketing, ale nie ponosimy dodatkowych kosztów związanych z tą czy inną promocją.

PN: Jeśli chodzi o GWINTa, to naszym głównym celem jest zoptymalizować grę, bazując na naszych doświadczeniach z ostatnich 5 lat. Jesteśmy z GWINTEM dostępni na kilku różnych platformach, więc dalsze inwestowanie w tym kierunku wydaje się zbędne. Teraz chcemy skupić się na jakości dostarczanej graczom w ramach samej gry, a nie na znaczącym udoskonalaniu technologii. Chcemy jednocześnie, żeby GWINT był elastyczny, tj. żeby część zespołu GWINTa mogła pracować nad innymi projektami REDA, zapewniając równocześnie grze regularne aktualizacje i porcje contentu. Tak więc cel polega na ograniczeniu kosztów przypisanych bezpośrednio do GWINTa, przy jednoczesnym dostarczaniu nowego contentu i dodatków.

P4: Dobry wieczór. Mam trzy pytania. Po pierwsze – czy możecie wyjaśnić, dlaczego podatek dochodowy za ten okres jest tak niski w porównaniu z ubiegłym rokiem; niemal zerowy? Po drugie – ostatnio ukazał się artykuł opisujący to, jak CP radzi sobie na Steamie – czy uprawniony jest wniosek, że sytuacja poprawia się na PC, ale na konsolach nadal są poważne problemy? Po trzecie – biorąc pod uwagę wieści o możliwym powrocie COVIDu, czy wróciliście już do biura? Czy Wasi pracownicy nadal pracują zdalnie, czy też wolicie widzieć ich w biurze? Dziękuję.

PN: Zaczę od pierwszego pytania. Kwoty widoczne w RZiS pochodzą z połączenia podatku wyliczonego w segmentach CD PROJEKT RED i GOG.COM. Jak wiecie, w CD PROJEKT RED większość przychodów podpada pod stawkę podatkową 5%, gdyż są to przychody z eksploatacji własności intelektualnej. Tak więc podatek naliczony w tym segmencie jest dość niski, gdyż do znacznej jego części ma zastosowanie niska stawka – w przeciwieństwie do GOGa, który wykazał stratę i w związku z tym zawiązał ujemną rezerwę podatkową w oparciu o stawkę 19%. Mniejsza strata w GOGu przemnożona przez 19% zniwelowała większy zysk brutto w CD PROJEKT RED przemnożony przez niższą stawkę, w wyniku czego sumaryczny podatek dla obu segmentów tylko nieznacznie przekracza 0.

AK: Odpowiem na drugie pytanie: sytuacja poprawia się zarówno na PC, jak i na konsolach – ale zapewne jest to bardziej widoczne na PC, gdyż Steam codziennie publikuje świeże oceny. W każdym razie widzimy poprawę sentymentu otaczającego CP na każdej platformie.

I trzecie pytanie – COVID i home office – podjęliśmy decyzję, że każdy, kto woli pracować z domu będzie mógł tak robić przynajmniej do połowy przyszłego roku. Prowadzimy też dyskusje i analizy dotyczące przyszłych modeli. Zamierzamy podążać własną ścieżką w oparciu o badania wewnętrzne i zewnętrzne; chcemy zaproponować optymalny model dla całej Grupy, a następnie ulepszać go w iteracyjnych cyklach. Nie mówimy więc o jednym „modelu post-COVID” – chcemy wdrożyć nowy model, wyciągnąć wnioski i wprowadzać iteracyjne zmiany. Staramy się zachować elastyczność, choć rozumiemy, że na tym rynku łatwiej pracować w biurze. Obecnie znaczna część zespołu pracuje zdalnie, ale w biurze pojawia się codziennie 40% - czasem nawet 50% pracowników.

P5: Dziękuję za możliwość zadania pytań. Czy możecie przedstawić więcej informacji odnośnie przyczyn przesunięcia premiery Wiedźmina next-gen na Q2 i CP next-gen na Q1 w przyszłym roku? To pierwsze pytanie. Drugie pytanie – czy obserwujecie presję płacową w waszych biurach w Polsce i czy spodziewacie się takiej presji w nowych studiach w Vancouver i Bostonie? I na koniec – czy możecie powiedzieć coś więcej o strategii przejść? Jakiego rodzaju studia zamierzalibyście przejmować w przyszłości? Dziękuję.

AK: Odpowiem na pierwsze pytanie. Zgodnie z tym, co stwierdziłem w mojej prezentacji, prace nad obydwoma grami idą zgodnie z aktualnym planem premier. Co do CP – obecnie trwają testy; chcemy zagwarantować, że wydana przez nas gra będzie spełniała kryteria jakości. To wymaga wysiłku, gdyż wersja next-gen obejmuje usprawnienia graficzne wykorzystujące możliwości nowego sprzętu, a także szereg usprawnień systemowych – mam na myśli podstawowe systemy gry. Nie są to rewolucyjne zmiany, ale biorąc pod uwagę liczne interakcje między systemami, musimy dopilnować, by nie doszło do żadnej regresji. Właśnie dlatego chcemy poświęcić nieco więcej czasu na testy. Jeśli chodzi o Wiedźmina 3, tu sytuacja jest nieco inna. Prace nad wersją na nowe generacje konsol prowadzi nasz sprawdzony partner, firma Saber Interactive – oczywiście przy współpracy z naszym studium. Produkcję Wiedźmina 3 zakończyliśmy prawie 7 lat temu – od tamtego czasu technologia dynamicznie poszła do przodu, pojawiły się nowe rozwiązania, o których nie było mowy gdy powstawała pierwsza wersja gry – na przykład ray tracing. Ta aktualizacja ma więc głównie wymiar techniczny; owszem, obejmuje niewielki pakiet DLC, ale obecnie pracujemy głównie nad technikaliami. Dostosowanie nowych technologii do dość już leciwej gry wymaga nieco więcej pracy nad dopięciem kwestii technicznych.

PN: Odpowiem na drugie pytanie dotyczące presji płacowej. Tak, czujemy presję na poziom wynagrodzeń spowodowaną m. in. wysoką inflacją w Polsce, czy konkurencją na rynku pracy zdalnej. To jednak dotyczy głównie rynku polskiego. Co do zespołów w Boston i Vancouver – dopiero niedawno do nas dołączyły; pracują z nami zaledwie od paru miesięcy i trudno w związku z tym mówić, że odczuwamy z ich strony presję na wynagrodzenia. Powiedziałbym, że dopiero uczyliśmy się tych rynków – po raz pierwszy w praktyce, dzięki współpracy z obydwoma studiami – lecz jest zbyt wcześnie, by określić, na ile będzie się tam objawiać presja płacowa.

AK: Odpowiem na trzecie pytanie. Jak ogłaszaliśmy aktualizując naszą strategię, planujemy zwiększyć aktywność w zakresie M&A. Są przynajmniej dwa sposoby, by tego dokonać. Pierwszy – nazwijmy go „metodą Vancouver” – polega na rozbudowie zespołu CD PROJEKT RED; tak stało się w przypadku wrocławskiego studia SNT, które funkcjonuje obecnie pod nazwą CD PROJEKT RED Wrocław. Oczywiście jeżeli pojawi się utalentowany zespół pragnący połączyć siły z CDPROJEKT RED i dzielący naszą strategię – jesteśmy otwarci na rozmowy. Drugi sposób polega na wyszukiwaniu zdolnych

zespołów, które chciałyby się rozwijać – i na zleceniu im tworzenia gier opartych na naszych IP przy jednoczesnym zachowaniu częściowej autonomii i tożsamości. Tak było z The Molasses Flood, a wcześniej, do pewnego stopnia, ze Spokko – chociaż Spokko nie zostało przez nas przejęte, a raczej wydzielone jako odrębna jednostka w strukturach Grupy – niemniej model pozostał z grubsza ten sam. TMF będzie nieco mocniej związane z naszym studio, ale zachowa swoją tożsamość jako The Molasses Flood – a CD PROJEKT studio i nie zmieni nazwy na CD PROJEKT RED.

P6: Dziękuję za prezentację i za możliwość zadania pytań. Mam dwa pytania. Pierwsze dotyczy kosztów wstępnych prac projektowych. Czy pojawią się one również w 2022, czy też mają jakiś związek z Waszymi planami, by – poczynając od 2022 r. – rozwijać równoległe dwa projekty AAA, a zatem tego rodzaju koszty będą w przyszłym roku podlegać kapitalizacji? Drugie pytanie dotyczy The Molasses Flood: wspomnieliście, że pracują oni obecnie nad odrębnym projektem. Czy jest on jednak całkowicie odrębny, czy ma jakiś związek z planami równoległego tworzenia dwóch gier AAA poczynając od przyszłego roku? I jeszcze jedno dodatkowe pytanie związane ze strategią M&A: czy macie kolejkę potencjalnych przejęć poza tymi dwoma, których już dokonaliście? Jeśli nie – jak zamierzacie lokować zgromadzone środki finansowe, biorąc pod uwagę fakt, że nadal generujecie sporo gotówki?

PN: Nawiążę do pierwszego pytania, ale obawiam się, że nie mogę Was precyzyjnie ukierunkować. Z jednej strony mam nadzieję, że zawsze będziemy prowadzić prace badawcze i eksplorować nowe obszary, ale z drugiej strony każde takie prace powinny pewnego dnia zaowocować konkretnymi projektami. Tak właśnie przedstawia się sytuacja projektów, które obecnie są na etapie prac badawczych. Wszystko jeszcze przed nami.

AK: Odpowiem na drugie i trzecie pytanie. Projekt TMF stanowi dodatek do równoległych prac nad tytułami AAA. Tymi pracami zajmuje się CD PROJEKT RED i to nasze wewnętrzne studio bierze za nie odpowiedzialność. TMF pracuje nad czymś ekstra w stosunku do tych projektów – choć, jak już wspomniałem, mamy tu ścisłą współpracę; TMF współpracuje z CD PROJEKT RED, ale ma własną pulę talentów i to, czym się zajmuje, stanowi dodatek do naszych wewnętrznych projektów. Co do kolejki przejęć – nie, nie mamy czegoś takiego. Tzn. owszem, mamy rozmaite kolejki zadań, ale nie zamierzamy zmieniać naszej strategii; CD PROJEKT powstawał w sposób organiczny; aktywność w zakresie M&A traktujemy jako rozszerzenie naszych celów – cały czas jednak skupiamy się na naszej własnej strategii opartej na dwóch wspaniałych franczyzach, wobec których mamy rozmaite plany. Owszem, poszukujemy utalentowanych zespołów, które chciałyby do nas dołączyć, ale nie interesuje nas wyłącznie konsolidowanie cudzych przychodów czy zysków. Trudno byłoby więc mówić o „kolejce” M&A – ale owszem, rozglądamy się, prowadzimy rozmowy – i jeżeli wiecie o utalentowanej grupie osób, które chciałyby do nas dołączyć – jesteśmy otwarci na dyskusje. To prowadzi mnie do stwierdzenia, że zasoby gotówkowe, którymi dysponujemy – Piotr może tu coś dodać – stanowią przede wszystkim bufor. Zawsze staramy się mieć pokaźny bufor finansowy; tworzenie gier AAA to kosztowna działalność, a my nadal chcemy działać ze śmiałością i rozmachem – więc oczywiście potrzebna nam są bufory. Piotr, chciałbyś coś dodać w kwestii alokacji gotówki?

PN: W pełni potwierdzam i nie mam nic do dodania.

P7: Dobry wieczór panowie. Przepraszam, jeśli pierwsze pytanie było już przez kogoś zadane – zostałem rozłączony i musiałem ponownie się wzdzwonić. Czy możecie powiedzieć coś więcej na temat kosztów wstępnych prac badawczych odniesionych w Wasz RZiS? Być może ktoś już o to pytał; jeśli tak – odeślijcie mnie do transkryptu; później go przeczytam. I teraz trzy szybkie pytania. Po pierwsze, o ile pamiętam na E3 w 2019 r. TMF mówiło o dwóch nowych grach. Pierwszą z nich było Drake’s Hollow, a druga – czy mowa właśnie o tym ambitnym projekcie, który został przez Was przejęty? Tzn. – czy już wtedy z nimi współpracowaliście? A może mieli pomysł na grę, co do której zdecydowali, że dobrze

pasuje do Waszych IP? Drugie pytanie to prośba o aktualizację w kwestii rotacji pracowniczej. I po trzecie – wspominaliście, że mówiąc o przyszłości będziecie się ograniczać do krótkiego horyzontu czasowego. Czy oznacza to okres roczny, czy też ma związek z Waszymi planami? Przykładowo, czy na początku przyszłego roku zamierzacie przedstawić plan informujący: „OK, oto pierwsze rozszerzenie – a jego nazwę i datę premiery podamy w stosownym czasie”? Czy też moglibyście od razu nakreślić wszystkie Wasze plany dotyczące rozszerzeń? Czego można spodziewać się jeśli chodzi o strukturę planów na przyszłość? Dziękuję.

PN: W pierwszym pytaniu chodziło o dodatkowe informacje dotyczące kosztów poniesionych na wczesnych etapach prac badawczych. Nie ujawnialiśmy takich informacji; w Q3 przeznaczaliśmy na ten cel 4 miliony PLN i oczywiście nie zdradzamy, jak konkretnie został spożytkowany ten budżet.

AK: Co do The Molasses Flood – nie mogę odpowiedzieć na tak zadane pytanie; to sprawa wewnętrzna, my zaś nie ujawniamy szczegółów dotyczących ich bieżącego projektu i nie możemy Was w tej kwestii ukierunkować. Owszem, mają na swoim koncie dwie wydane gry. Przyglądaliśmy się rezultatom ich pracy, ale – nic więcej nie jestem w stanie powiedzieć, może z jednym wyjątkiem: nie „wchłonęliśmy” ich; naszym celem nie było prowadzenie prac nad ich grami – to raczej oni mieli rozpocząć pracę nad grą pasującą do jednej z naszych francyz, co nie byłoby możliwe przed podpisaniem stosownej umowy.

PN: Odnośnie rotacji – rotacja za ostatnie 10 miesięcy tego roku to standardowe kilkanaście procent, co nie odbiega od normy w naszej branży, gdzie zawsze po zakończeniu dużego projektu następuje w jakiejś części naturalny ruch w zespole – ludzie chcą pracować nad innymi projektami lub zająć się zupełnie innymi rzeczami. To naturalne; nie wyróżniamy się na tle rynku; nie ma tu niczego niespodziewanego ani też w znaczącym stopniu odmiennego od sytuacji, która zaistniała po premierze Wiedźmina 3.

AK: Odpowiem na ostatnie pytanie. Myślę, że o planach strategicznych pomówimy po premierze wersji CP next-gen – ma ona bowiem kluczowe znaczenie. Sentyment wokół CP ma kluczowe znaczenie z punktu widzenia naszej bliskiej przyszłości; tak więc – najpierw wydajmy CP, później zobaczymy, jak się sprawy mają – i dopiero wtedy zaczniemy mówić o kolejnym roku lub o kolejnych latach.

P8: Dobry wieczór i dziękuję za możliwość zadania pytań. Chciałbym się dowiedzieć, czy prowadzicie rozmowy z dystrybutorami fizycznych kopii CP i W3 w wersji next-gen. Czy będziecie musieli dostarczyć nowe opakowania dla tych wersji, czy może zostało Wam wystarczająco wiele opakowań z okresu głównej premiery? Drugie pytanie dotyczy przyszłorocznych planów związanych z Cyberpunkiem – rozumiem, że zamierzacie je przedstawić po premierze wersji next-gen – tak wynika z odpowiedzi na poprzednie pytanie. Czy mam rację? I trzecie pytanie, dotyczące TMF – kiedy będziecie gotowi, by ujawnić jakieś szczegóły związane z grą, nad którą pracuje TMF? Dziękuję.

PN: Co do pierwszego pytania – owszem, oczywiście rozmawiamy z dystrybutorami na temat premiery wersji next-gen i tego, jak do niej podejść; obawiam się jednak, że nie mogę teraz ujawniać szczegółów. Nie wszystko zostało jeszcze uzgodnione i nie wszystkie działania zostaną podjęte w tym samym czasie. Proszę o cierpliwość; wkrótce – pewnego dnia – przedstawimy więcej szczegółów.

AK: Odpowiem na drugie pytanie dotyczące ujawniania dalszych planów. Owszem, z pewnością nastąpi to po premierze wersji next-gen, ale nie mamy ściśle określonego terminarza. Chcemy najpierw wydać grę, następnie oszacować sytuację, i wreszcie – zdecydować, czy na podstawie danych zgromadzonych w okresie premierowym potrzebna jest aktualizacja naszej strategii. Trudno więc mówić o jakiejś konkretnej dacie – wszystko zależy od sytuacji, z jaką będziemy mieli do czynienia po premierze. Co do trzeciego pytania – kiedy? Jest za wcześnie, bym mógł pokusić się o odpowiedź. Rozpoczęliśmy pracę,

ale jesteśmy na początku drogi; uzgadniamy szczegóły współpracy, pracujemy nad szkicami – ale to wciąż wstępne działania; nie mogę więc sugerować, kiedy nastąpi odpowiedni czas, by rozmawiać o grze, ujawnić jej wizję artystyczną i przybliżyć graczom jej mechanizmy.

P9: Dobry wieczór, pozwolę sobie zadać jeszcze jedno pytanie. Pamiętam pewne zamieszanie wokół kwestii rezerw w wynikach za Q2. Chciałbym potwierdzić – czy w bieżącym kwartale na sprzedaż netto nie rzutują żadne rozwiązane – albo nowo zawiązane – rezerwy? Innymi słowy, czy rezerwy w Waszym sprawozdaniu za bieżący kwartał mają związek tylko z pozycjami kosztowymi? Czy mam rację?

PN: Owszem; zasadnicza zmiana stanu rezerw wynika z naturalnego spożytkowania uprzednio zawiązanych rezerw. Pojawiły się pewne nowe rezerwy na koszty, ale to naturalna sytuacja biorąc pod uwagę prowadzoną cały czas działalność – nie odnotowaliśmy natomiast żadnych znaczących nowych rezerw, ani też rozwiązania – czy rewaluacji – dotychczasowych rezerw.

Moderator: Na tym kończymy sesję pytań i odpowiedzi. Przekażę teraz ponownie głos spikerom, by mogli wygłosić dodatkowe uwagi.

AK: Bardzo dziękujemy. Mamy jeszcze pytania zadane na czacie. Będę je wyczytywał, a następnie będziemy udzielać odpowiedzi.

Pierwsze pytanie: „Ogłosiliście, że Patch 1.5 ukaże się razem z wersją next-gen. Dlaczego pomijacie Patch 1.4? Czy została połączony z wersją 1.5?”

To duża aktualizacja i chcieliśmy to podkreślić przypisując jej okrągłą liczbę. Trudno powiedzieć, że coś „pomijamy”, ale owszem, nie zamierzamy publikować kolejnych aktualizacji przed premierą wersji next-gen; chcemy połączyć wszystkie ulepszenia w jeden duży patch, aby zwiększyć siłę premiery wersji next-gen.

PN: “Ile zostało do osiągnięcia kolejnego kamienia milowego jeśli chodzi o liczbę sprzedanych kopii CP?”

Jak wiecie, tego rodzaju dane ujawniamy w ramach działań marketingowych. W dniu dzisiejszym nie mieliśmy takich planów – czy jeśli chodzi o konkretne liczby, czy też wskazówkę, jak blisko danego kamienia milowego się obecnie znajdujemy. Proszę o wybaczenie, ale dziś nie jest odpowiedni dzień, by ujawniać szczegóły.

AK: “Na jakim etapie – z technicznego punktu widzenia – są prace nad wersją next-gen? Na ile jesteście pewni, że premiera aktualizacji Cyberpunka odbędzie się w pierwszym kwartale?”

Jak już stwierdziłem w trakcie mojej prezentacji, wszystkie informacje pochodzące od obydwu zespołów – od naszego wewnętrznego zespołu, który pracuje nad wersją next-gen Cyberpunka, jak od zespołu Saber pracującego nad Wiedźminem 3 – wskazują, że prace idą zgodnie z planem. Tyle jesteśmy w stanie powiedzieć, a co Cyberpunka, to jest on obecnie w fazie testów. Testujemy grę; sprawdzamy, czy wszystko działa – jak już mówiłem, wprowadziliśmy ulepszenia i zmiany w podstawowych systemach, które z kolei wchodzi w interakcję z wieloma innymi systemami; musimy więc starannie przetestować grę i upewnić się – bardziej, niż kiedykolwiek – że wypuszczamy na rynek dopracowany produkt.

PN: “Kiedy w 2022 r. zamierzacie podjąć równoległą pracę nad dwoma grammi AAA?”

AK: Odpowiem. Po prawdzie... to już ją rozpoczęliśmy, ale na razie są to prace badawcze. Mamy grupę deweloperów, która pracuje nad kolejną grą AAA, ale związane z tym koszty nie podlegają póki co kapitalizacji. Po wydaniu wersji next-gen przyjdzie czas, by powiedzieć „tak, teraz równolegle

pracujemy nad projektami AAA w ramach obydwu francyz”. Mogę też odpowiedzieć na kolejne pytanie – „Ilu deweloperów zatrudniało Spokko pod koniec Q2 2021?” Odpowiedź jest prosta – około 50.

PN: “Cyberpunk 2077 – od pewnego czasu nie było nowych informacji w kwestii online czy multiplayer. Czy możecie coś powiedzieć?”

AK: Tak, mogę dodać parę słów – plany pozostają bez zmian; zamierzamy w przyszłości rozbudowywać obydwie franczyzy – w tym Cyberpunka – o elementy multiplayerowe, ale zamierzamy to robić stopniowo. Nie ujawniamy, która franczyza jako pierwsza wzbogaci się o taką funkcjonalność; chcemy jednak, by pierwsze próby wyposażyły nas w doświadczenie, które pozwoli na dalszą rozbudowę – i tak dalej. Krok po kroku planujemy otworzyć nasze światy na aspekt multiplayer, ale będzie to stopniowy proces.

PN: “Czy rozważaliście włączenie Cyberpunka do usługi opartej na subskrypcjach, takiej, jak Xbox Game Pass? Czy moglibyście omówić korzyści i wady wynikające z takiej współpracy – z komercyjnego punktu widzenia?”

AK: Mogę odpowiedzieć. Zawsze analizujemy nadarżające się okazje, ale tego rodzaju model sprawdza się dopiero na pewnym etapie w cyklu życiowym produktu – i nie za wcześnie. Jeden z Wiedźminów był przez pewien czas dostępny w subskrypcji, ale za każdym razem trzeba rozważyć korzyści i koszty; porównać wysokość sprzedaży, itp. – te decyzje podejmuje się w oparciu o konkretne dane. W przypadku Cyberpunka jest na to zdecydowanie za wcześnie.

Cóż; zbliża się 7 wieczorem – tu, w Warszawie. Bardzo dziękujemy; jeśli mają Państwo dalsze pytania, zachęcamy do kontaktu z naszym działem IR; jesteśmy do Waszej dyspozycji. Dziękuję jeszcze raz i życzę przyjemnego wieczoru.