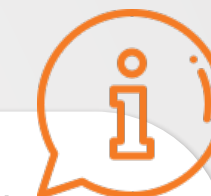




Wyniki finansowe **2Q 2025**

Sierpień 2025

GAMIVO 2Q 2025 vs. 2Q 2024 vs. 1Q 2025



Wyniki wygenerowane przez **Grupe GAMIVO** za drugi kwartał 2025 roku w zakresie:

- **przychodów ze sprzedaży wynoszących 3,9 mln zł**

(wynik za 2Q 2024 to 4,0 mln zł, spadek przychodów o 2%; wynik za 1Q 2025 to 3,7 mln zł, wzrost przychodów o 5%;

- **zysku netto wypracowanego przez Grupe wynoszącego 1,0 mln zł**

(wynik za 2Q 2024 to 0,9 mln zł, wzrost zysku netto o 5%; wynik za 1Q 2025 to 0,7 mln zł, wzrost zysku netto o 42%)

- **wskaźnika EBITDA osiągniętego przez Grupe wynoszącego 1,4 mln zł**

(wynik za 2Q 2024 to 1,7 mln zł, spadek wskaźnika EBITDA o 16%; wynik za 1Q 2025 to 1,2 mln zł, wzrost wskaźnika EBITDA o 16%).

	1Q 2025	vs. 2Q 2024	vs. 1Q 2025
 3 940 111 zł Przychodu		▼ -2%	▲ +5%
 986 190 zł Zysku netto		▲ +5%	▲ +42%
 1 379 012 zł EBITDA		▼ -16%	▲ +16%

* Wyniki skorygowane na poziomie zysku netto o odpis ujemnej wartości firmy.

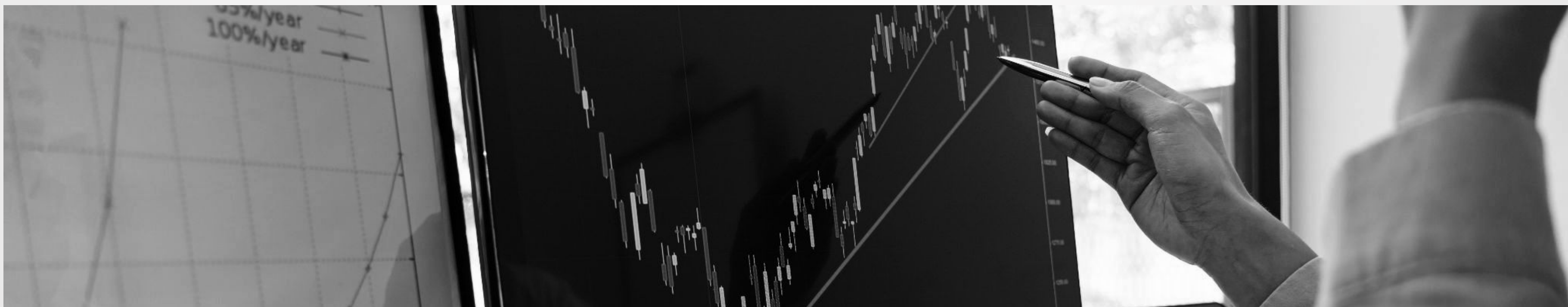
Skup akcji własnych

Podczas Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy, które odbyło się 22 maja 2025 roku, Zarząd GAMIVO S.A. rekomendował podział zysków wypracowanych w 2024 roku poprzez wypłatę dywidendy oraz skup akcji własnych Spółki. Akcjonariusze jako sposób podziału zysków przyjęli skup. Na cel ten przeznaczono 3.500.000 zł.

Zgodnie z decyzją ZWZA 9 czerwca opublikowane zostało zaproszenie do sprzedaży akcji GAMIVO S.A., którego przedmiotem było 99.142 akcji zwykłych na okaziciela serii A, serii B i serii C o wartości nominalnej 0,10 zł każda. Proponowaną cenę nabycia jednej akcji ustalono na 35 zł. Przyjmowanie ofert trwało od 10 do 23 czerwca.

Podczas skupu Spółka nabyła bezpośrednio 99.142 akcji, stanowiących 5,67 proc. w kapitale zakładowym i uprawniających do 99.142 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co przekłada się na 5,67 proc. ogólnej liczby głosów.

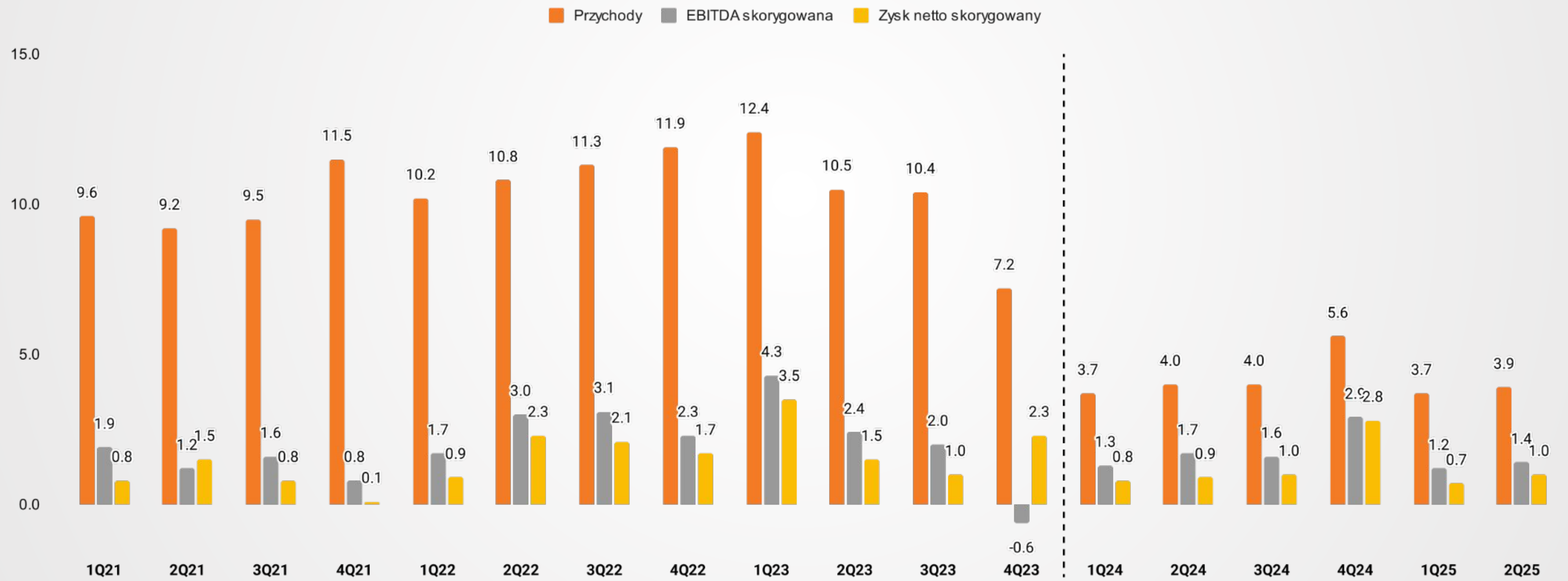
Zarząd Spółki zarekomenduje umorzenie nabytych akcji.





Wyniki grupy kapitałowej

Wyniki osiągnięte po 4Q23 odbiegają od rezultatów prezentowanych w poprzednich okresach, gdyż zostały wypracowane po wyłączeniu ze struktur Grupy GAMIVO spółki Gamivo.com Ltd.



II kwartał 2025 roku



6 287 735

zarejestrowanych
użytkowników



1 584

dostawców



28 966 765

sprzedanych produktów



225 847

ofert

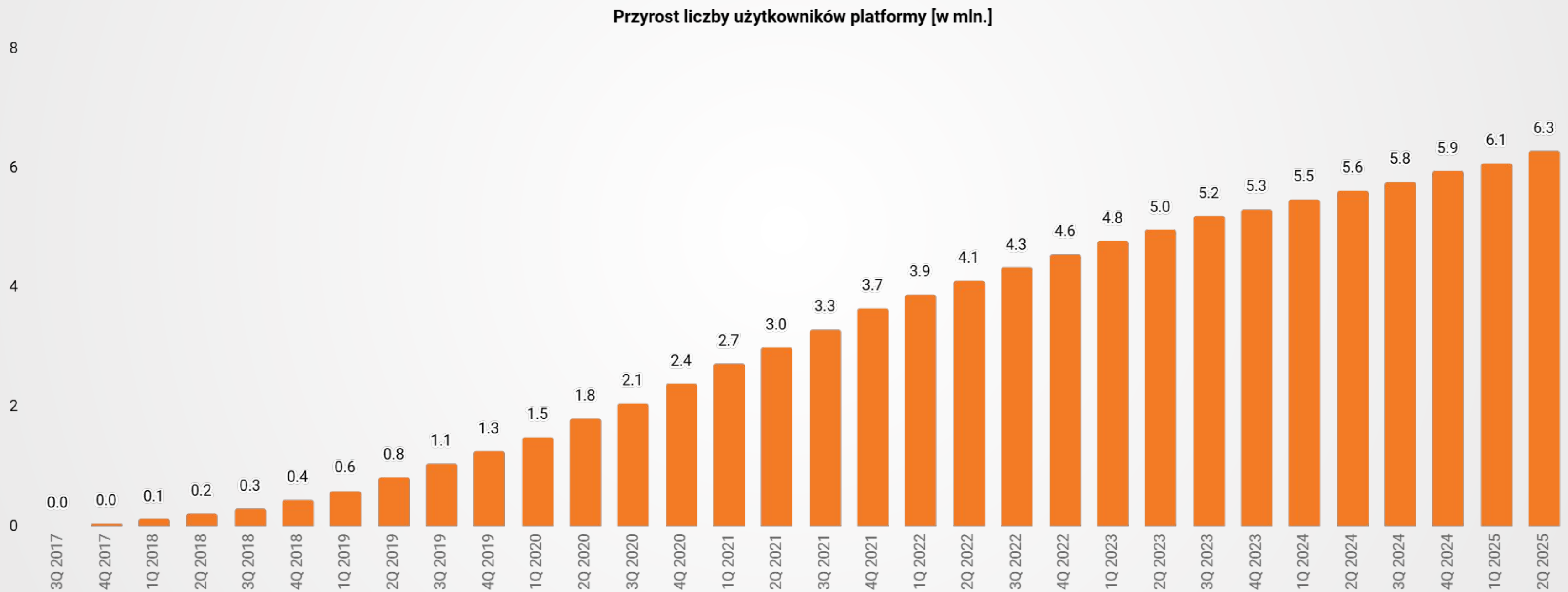


3,9

Trustpilot



Przyrost klientów



Działania w 2Q 2025



Zakupy bez logowania

Wprowadzono możliwość kupowania jako gość, co przyspieszyło i uprościło proces zakupowy. Nowa funkcjonalność od samego początku zyskała olbrzymią popularność. Ponad połowa klientów decyduje się robić zakupy bez logowania.



Nowa strona produktowa

W II kwartale prowadzone były prace nad nową, bardziej intuicyjną i zoptymalizowaną pod kątem urządzeń mobilnych wersją strony produktowej GAMIVO.com. Została ona zaprezentowana użytkownikom pod koniec czerwca, spotykając się z bardzo ciepłym przyjęciem.



Rozwój marki

Spółka buduje rozpoznawalność swojej marki między innymi dzięki współpracom ze znanymi z firmami z branży technologicznej i nie tylko. Między majem a końcem czerwca przeprowadzono akcje z siecią Komputronik, platformą e-learningową Janets oraz przeglądarką dla graczy Opera GX.



Rozwój platformy

Wdrożony został szereg usprawnień. Między innymi znacznie ulepszona i wzbogacona o nowe opcje została opcja zakupów hurtowych. Z kolei klienci indywidualni zyskali możliwość rozwiązywania niektórych problemów bez angażowania Zespołu Wsparcia.



Rozwój kategorii doładowań

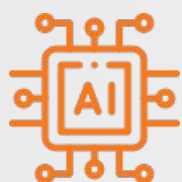
Kategorii doładowań bezpośrednich do popularnych gier, w tym tytułów mobilnych, jest systematycznie rozbudowywana i optymalizowana. Dlatego w II kwartale wdrożono między innymi zmiany pozwalające na zwiększenie liczby dostawców.



Nowa metoda płatności

W trosce o wygodę użytkowników korzystających z platformy GAMIVO.com Spółka stara się zapewnić dostęp do wszystkich popularnych metod płatności. W II kwartale do bogatego już wachlarza dołączono Paysafecard.

Plany na 3Q 2025



Wdrożenia AI w obsłudze klienta

W związku z dynamicznie rosnącą liczbą użytkowników planowane jest wprowadzenie narzędzia AI, które będzie w stanie rozwiązywać część ich problemów. Pozwoli to zapewnić szybką i sprawną obsługę klienta bez konieczności rozbudowy Zespołu Wsparcia.



Optymalizacja UI/UX

W planach są kolejne usprawnienia nastawione na zapewnienie jak najlepszych doświadczeń zakupowych. Zmiany z zakresu UX/UI dotyczą m.in. strony głównej i koszyka zakupowego, a także sposobu wyboru metody płatności, który zostanie dostosowany do konkretnych klientów.



Akcje brandingowe

Na III kwartał zaplanowano kolejne działania poprawiające rozpoznawalność marki. Warto tu wymienić zwłaszcza kooperacje z popularnymi sklepami Komputronik i X-kom. Marka GAMIVO będzie także obecna podczas skierowanej do graczy imprezy Nocne Retro Granie.



Nowa akcja promocyjna

GAMIVO znane jest z nietypowych akcji promocyjnych, które skutecznie przyciągają klientów i budują przywiązanie do marki. Na III kwartał 2025 roku zaplanowano promocję PennyPlay pozwalającą klientom zdobywać cenne produkty za niewielką część ich wartości.



Dziękujemy za uwagę i zachęcamy
do zajrzenia na www.GAMIVO.co

GAMIVO S.A.

Ul. Władysława Łokietka 5/2
70-254 Szczecin

KRS 0000703362

NIP 5252729625

REGON 368773702

Relacje inwestorskie

biuro@gamivo.co

