



MEDIACAP PREZENTACJA INWESTORSKA

ZASTRZEŻENIE PRAWNE

Niniejsza prezentacja nie stanowi oferty sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych Spółki Mediacap SA ("Spółka"), w szczególności nie zawiera informacji o papierach wartościowych oraz warunkach ich nabywania, jak również nie stanowi zaproszenia do sprzedaży papierów wartościowych, składania ofert ich nabycia lub zapisu na papiery wartościowe Spółki. Niniejsza prezentacja ani żadna jej część jak też fakt jej dystrybucji nie będą stanowić podstawy do zawarcia jakiejkolwiek umowy lub zaciągnięcia jakiegokolwiek zobowiązania. Nie stanowi ona też źródła informacji, które mogłyby być podstawą decyzji o zawarciu jakiejkolwiek umowy lub zaciągnięcia jakiegokolwiek zobowiązania. Nie należy dla jakichkolwiek potrzeb polegać na informacjach zawartych w niniejszej prezentacji, ani też zakładać, że informacje te są kompletne, ścisłe lub rzetelne. Wszelkie takie założenia czynione są wyłącznie na własne ryzyko. Ani Spółka, ani osoby działające w jej imieniu, w szczególności członkowie Zarządu Spółki, ani jakiegokolwiek inne osoby nie udzieliły żadnych wyraźnych ani dorozumianych gwarancji ani zapewnień co do ścisłości, kompletności lub rzetelności informacji bądź opinii zawartych w niniejszej prezentacji. Oświadczenia zawarte w niniejszej prezentacji, które nie stanowią faktów historycznych są „oświadczeniami dotyczącymi przyszłości”. Oświadczenia dotyczące przyszłości, w szczególności takich jak przewidywania co do przychodów z określonych rynków czy rozważania dotyczące rozwoju Spółki jej podmiotów zależnych oraz podmiotów stowarzyszonych i powiązanych („Grupa Kapitałowa”), nie należy traktować jako wiążących prognoz. Ani Spółka, ani osoby działające w jej imieniu, w szczególności członkowie Zarządu Spółki, ani jakiegokolwiek inne osoby nie udzielają zapewnienia, że przewidywania dotyczące przyszłości zostaną spełnione, w szczególności nie gwarantują zgodności przyszłych wyników lub wydarzeń z tymi oświadczeniami jak również tego, że przyszłe wyniki Grupy Kapitałowej nie będą się istotnie różnić od przewidywanych. Informacje zamieszczone w niniejszej prezentacji mogą ulegać istotnym zmianom. Ani Spółka ani żadna inna osoba nie ma obowiązku aktualizowania lub dbania o aktualność informacji zawartych w niniejszej prezentacji ani też poprawiania jakichkolwiek ewentualnych nieścisłości; wszelkie wyrażone w niniejszej prezentacji opinie mogą ulec zmianie bez uprzedzenia. Ani Spółka, ani jakikolwiek członek jej organów, pracownik wyższego lub niższego szczebla, ani też jakakolwiek inna osoba nie ponosi jakiegokolwiek odpowiedzialności z tytułu jakichkolwiek szkód wynikających z wykorzystania niniejszej prezentacji lub jej treści. Poprzez udział w niniejszej prezentacji lub przyjęcie kopii niniejszego dokumentu, zobowiązują się Państwo do przestrzegania wspomnianych wyżej ograniczeń i warunków

ZESPÓŁ



Jacek Olechowski

Prezes Zarządu, kontrolujący akcjonariusz MEDIACAP SA

- Przedsiębiorca rynku mediów i marketingu od 1996. Od 2010 Prezes Zarządu MEDIACAP SA,
- Twórca m.in. rankomat.pl (jako główny inwestor. Zaangażowany od pomysłu, po exit do Bauer Media).
- 52% akcjonariusz MEDIACAP SA



Edyta Gurazdowska

Wiceprezes Zarządu, COO

- Od 2008 w MEDIACAP SA najpierw jako dyrektor finansowy a od 2015 jako wiceprezes ds. operacji (COO)
- Z Jackiem Olechowski pracuje od 2004 w ramach DFF, a następnie Change i Group One.
- 7% akcjonariusz MEDIACAP SA



Marcin Jeziorski

Wiceprezes Zarządu, CCO

- Od 2011 w MEDIACAP SA , początkowo jako Prezes Zarządu Scholz & Friends Warszawa, następnie CEO Grupy S/F
- Odpowiedzialny za nadzór nad działalnością komercyjną (CCO)
- 4,5% akcjonariusz MEDIACAP SA

GRUPA KAPITAŁOWA

na styku technologii i marketingu, z naciskiem na influencer & gaming marketing

MEDIACAP
SA



Lider influencer marketingu

- największa w Polsce sieci kanałów na YouTube skupiająca ok. 900 influencerów i odpowiadająca za ok. 12% oglądalności tej platformy w Polsce
- największy dostawca usług związanych z gaming marketingiem



usługi agencyjne, budowa marek, branded content, wsparcie e-commerce, top10 na swoim rynku



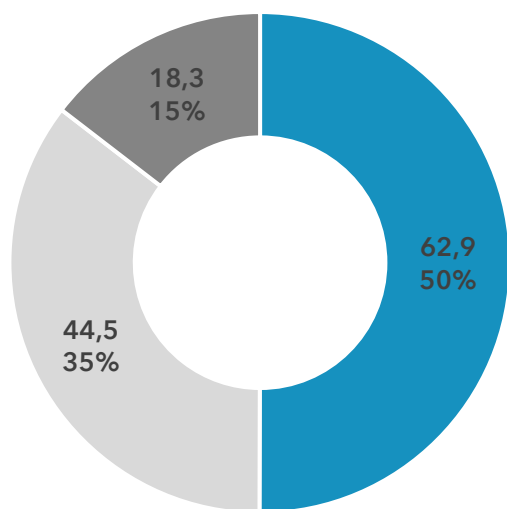
thinkforward

badania rynku i opinii - głównie online, dzięki opinie.pl, własne produkty data science i raporty (Gamestory, Video Love Story, Świat Młodych), top5 na swoim rynku

CORAZ WIĘKSZE ZNACZENIE LTTM W GRUPIE MEDIACAP

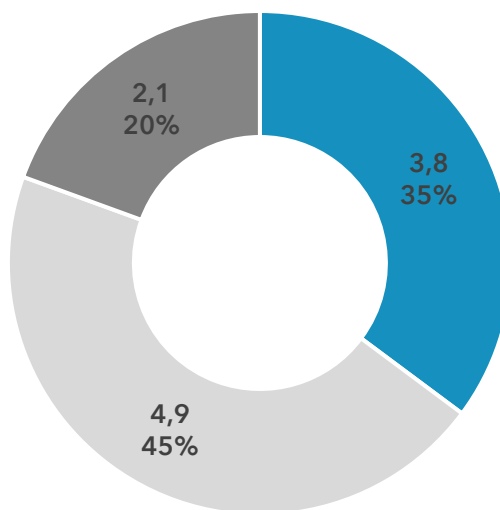
LTTM: 50% przychodów i 35% zysku brutto MEDIACAP

PRZYCHODY
Q1 2021 ttm* (mln PLN)



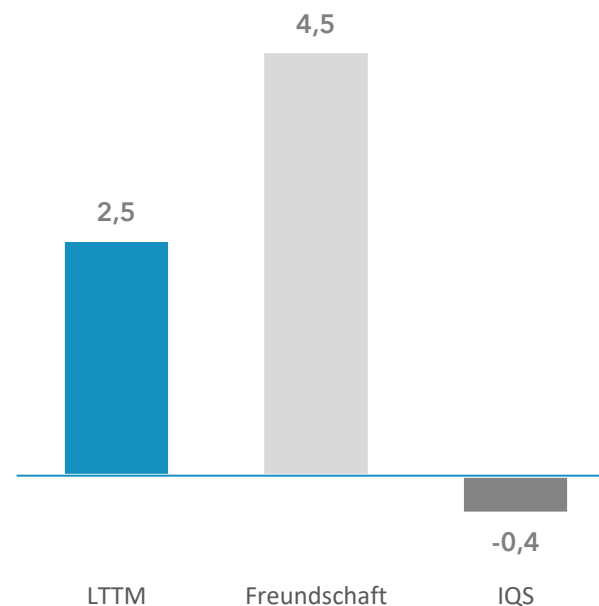
■ LTTM ■ Freundschaft ■ IQS

EBITDA
Q1 2021 ttm* (mln PLN)



■ LTTM ■ Freundschaft ■ IQS

ZYSK BRUTTO
Q1 2021 ttm* (mln PLN)



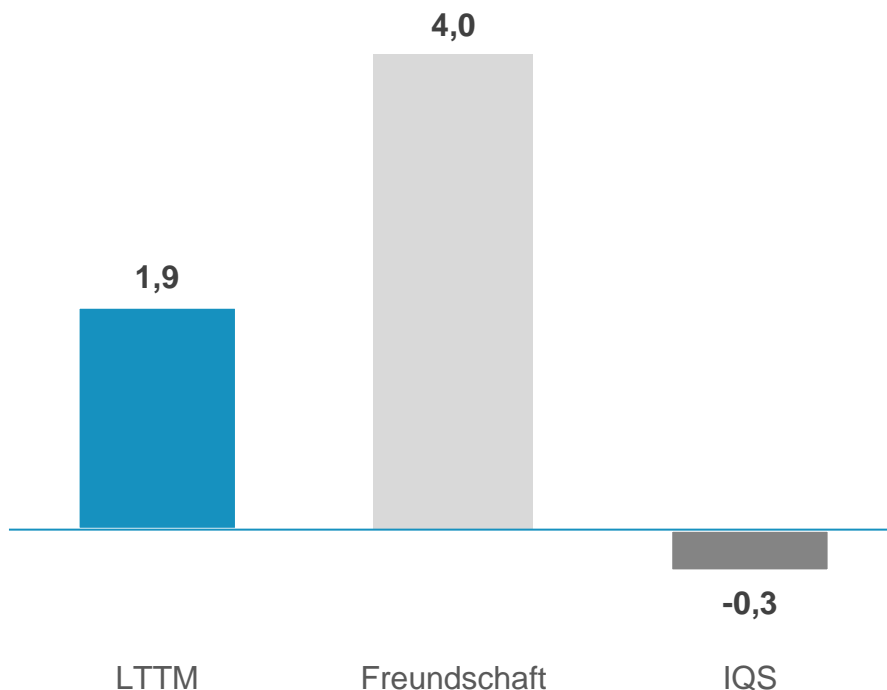
LTTM Freundschaft IQS

*ttm – trailing twelve months - dane kumulatywne za 4 kroczące kwartały (12 miesięcy wstecz)- dane przekształcone

GRUPA KAPITAŁOWA

Kontrybucja segmentów do wyniku netto i zwiększanie udziału w spółkach zależnych

ZYSK NETTO z działalności kontynuowanej
Q1 2021 ttm (mln PLN)



UDZIAŁ W SPÓŁKACH ZALEŻNYCH

IQS - stały poziom zaangażowania

60% - 40% w rękach założycieli i Zarządu

Freundschaft – z ok. 80% do 100%

z ~80% w 2018 (75% Scholz&Friends i 100% The Digitals) do 100% w Q1/21 poprzez nabycie 25% udziałów Scholz&Friends Warszawa (0,27m EUR)

LTTM – z ok. 50% do 95%

zwiększenie do 94,9% z 50% w 2017 i 76% w 2020;
Gameset – od 19% w 2018 do 100% połączenia z LTTM w 2021

działalność zaniechana

Plastream - spółka sprzedana w maju 2020, udział 50% w 2017, 64% w 2020; Mellon Media – w likwidacji



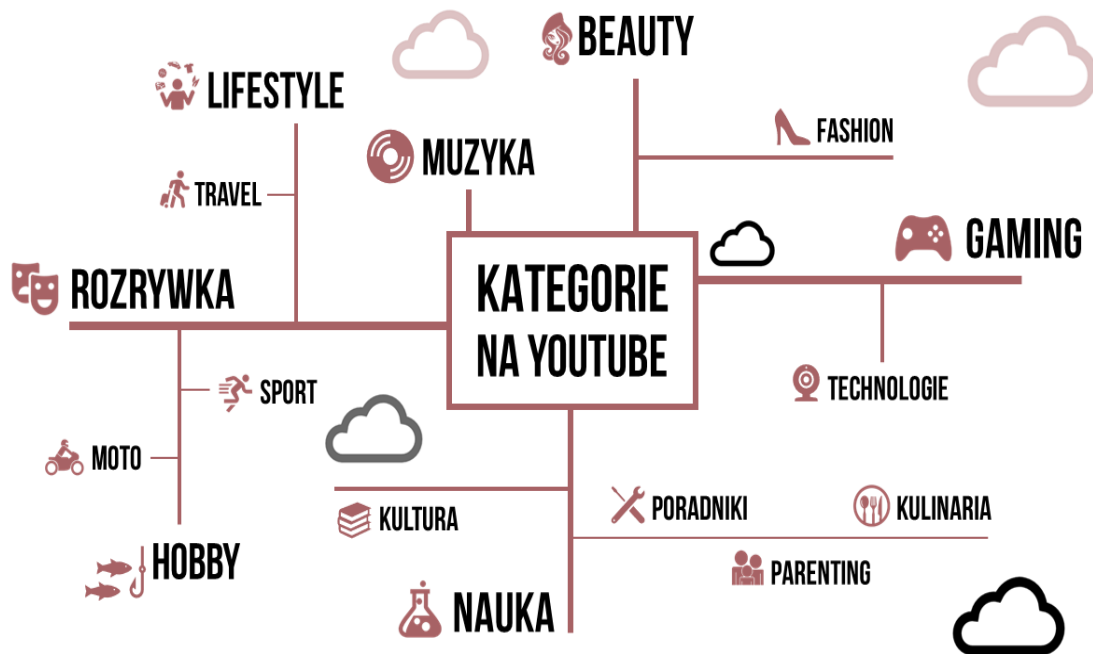
PODSUMOWANIE Q1 LTTM

LTTM

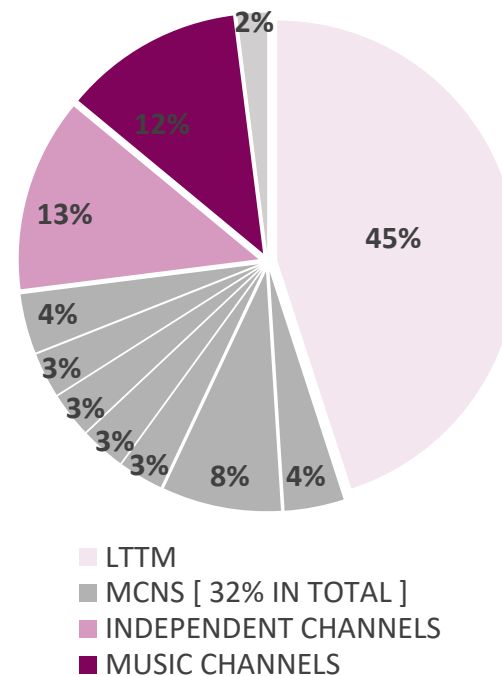
#1 w influencer i gaming marketingu w CEE

900+ twórców, 200mln+ subskrypcji = 12% oglądanych YouTube w Polsce

SZEROKIE PORTFOLIO TWORZONYCH TREŚCI



UDZIAŁ LTTM W TOP100 YOUTUBERÓW W POLSCE



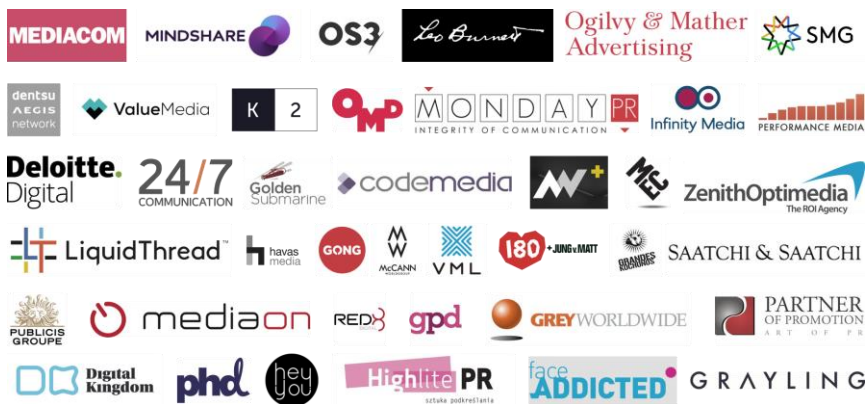
PONAD 1000 KAMPANII ROCZNIE

Znaczna dywersyfikacja przychodów

Najpopularniejsze branże: telekomy, FMCG, elektronika, handel/retail, kosmetyki, e-commerce, elektronika i komputery, gry, media, bankowość, sektor publiczny.

Najwięksi stali klienci: Tymbark (Maspex), Hebe (JM), Play (P4).

AGENCJE I DOMY MEDIOWE:



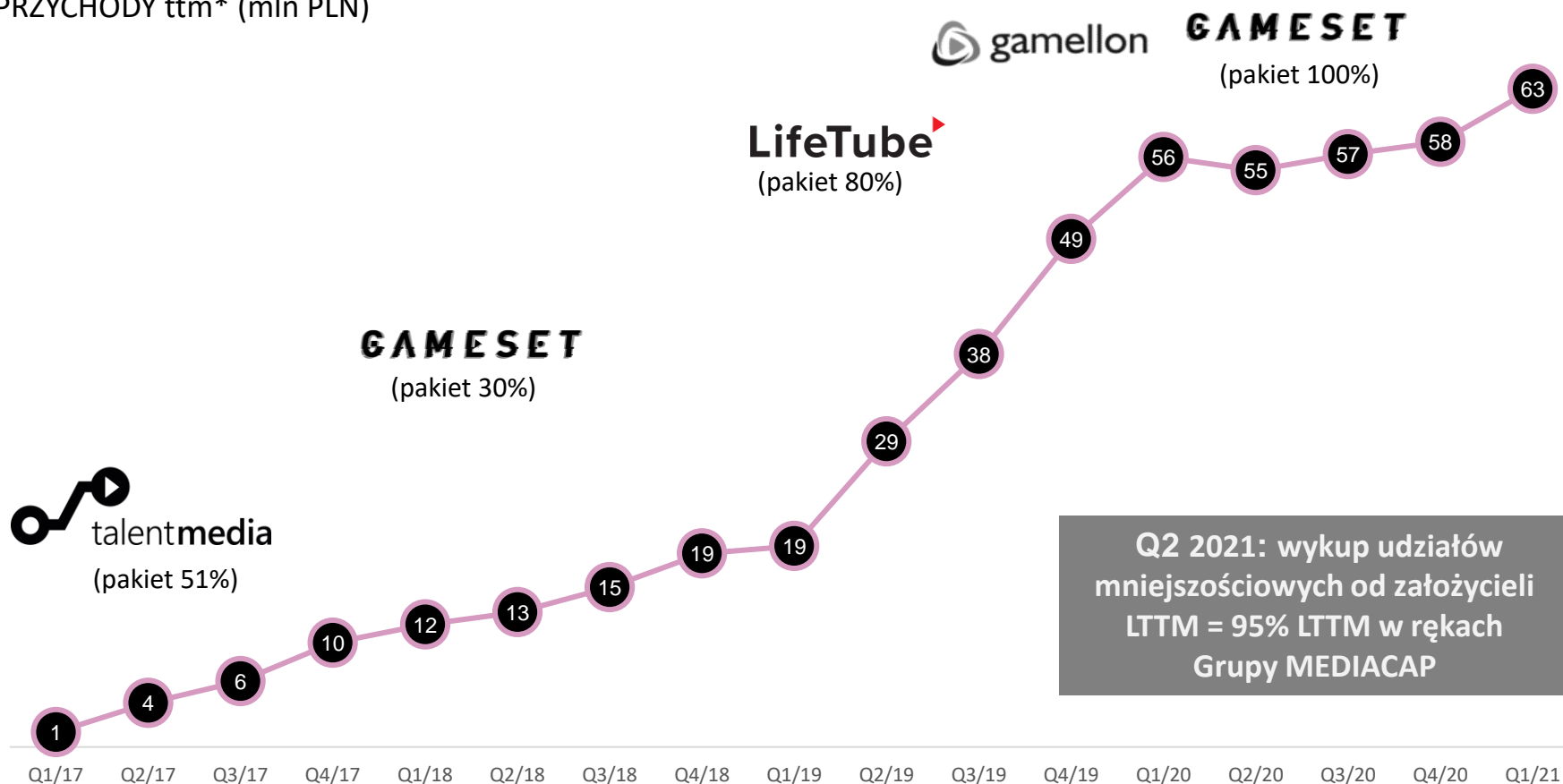
MARKI, KLIENCI BEZPOŚREDNI:



BUDOWA WARTOŚCI OD 2017

Twórcy na przestrzeni 2020 roku opublikowali 132 tysiące filmów
2x więcej niż w 2019 (15 filmów na godzinę!)

PRZYCHODY ttm* (mln PLN)

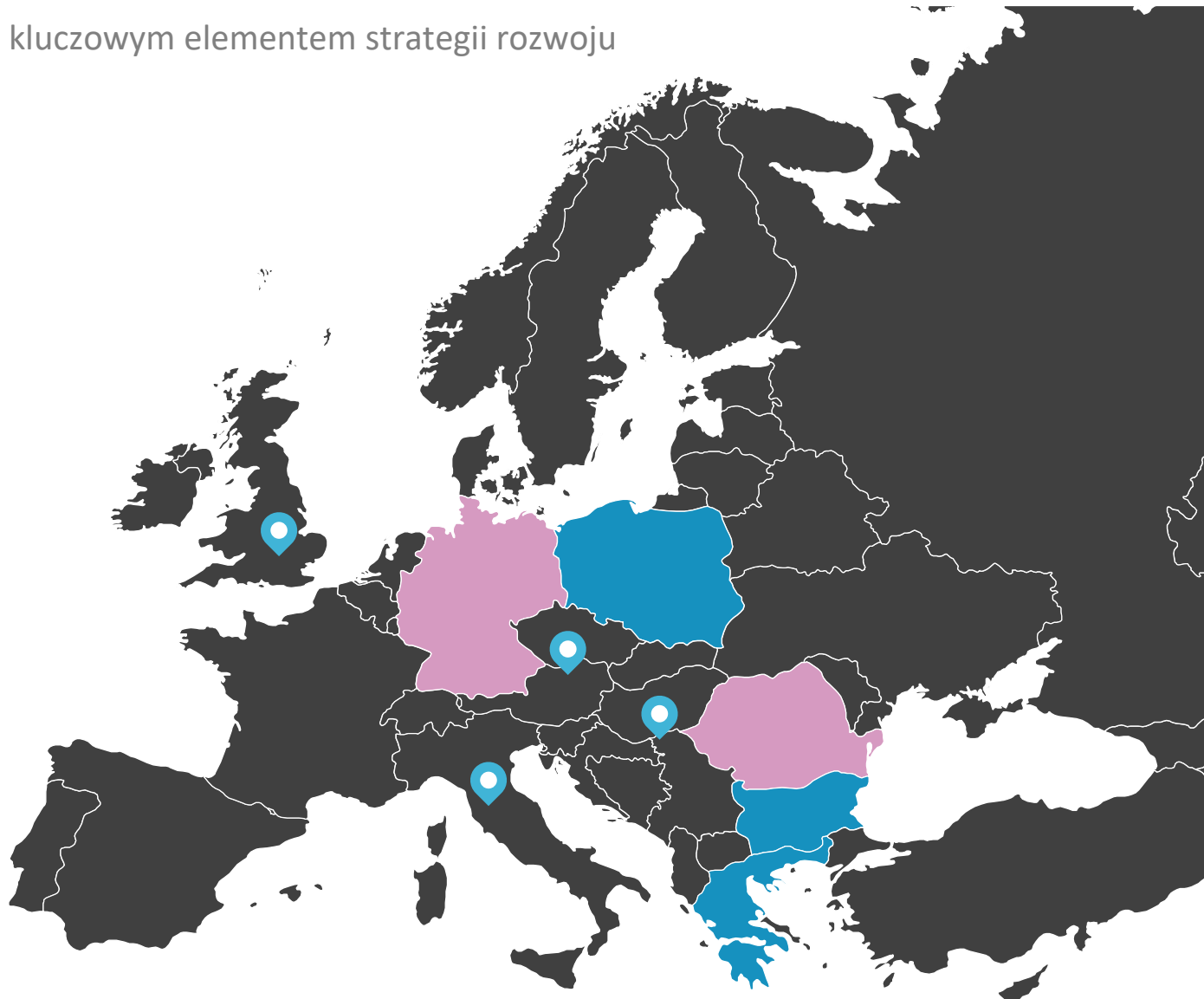
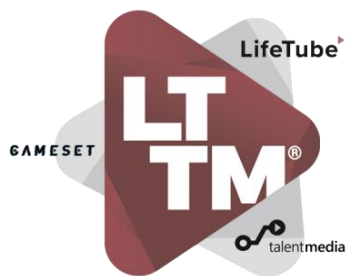


Q2 2021: wykup udziałów
mniejszościowych od założycieli
LTTM = 95% LTTM w rękach
Grupy MEDIACAP

*ttm – trailing twelve months - dane kumulatywne za 4 kroczące kwartały (12 miesięcy wstecz)- dane przekształcone

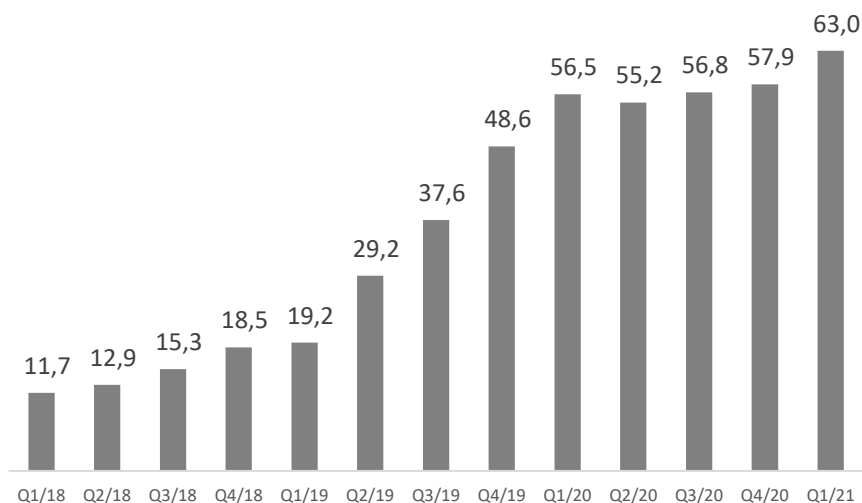
OBECNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA

Ekspansja zagraniczna kluczowym elementem strategii rozwoju

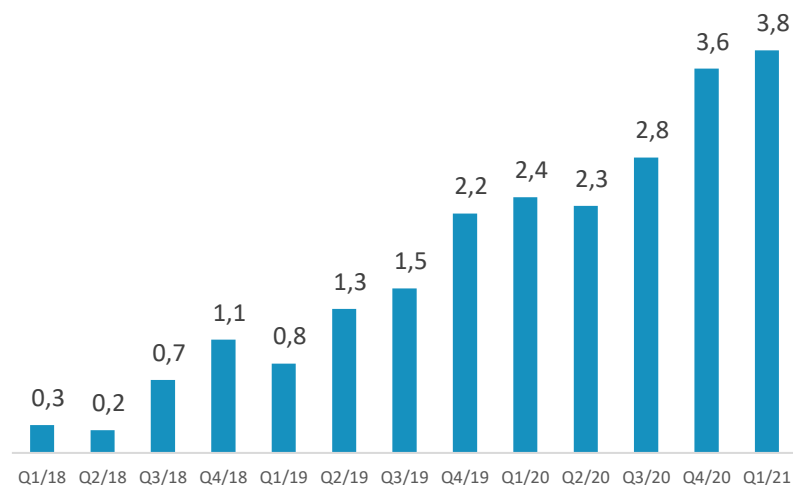


LTTM: KONSEKWENTNY WZROST SKALI

PRZYCHODY ttm* (mIn PLN)



EBITDA ttm* (mIn PLN)



Po rekordowym Q4, początek roku przyniósł dalszy wzrost przychodów, szczególnie w obszarze AdSense, dzięki lepszej monetyzacji zasięgów na youtube.

Sukces kolektywu Ekipa (nie związanego z LTTM) zwiększa zainteresowanie klientów wydatkami na influencer marketing, co przekłada się na większą liczbę zapyta ofertowych.

Mocno pracujemy nad zwiększeniem zasięgu geograficznego naszych działań (Niemcy, Grecja, Rumunia, Bułgaria)

*ttm – trailing twelve months - dane kumulatywne za 4 kroczące kwartały (12 miesięcy wstecz)- dane przekształcone
wyniki zawierają wyniki LT konsolidowane od Q2/19 i Gammelon konsolidowane od Q4/19
Działalność zaniechana /Mellon Media/ nie pokazywana od Q1/20

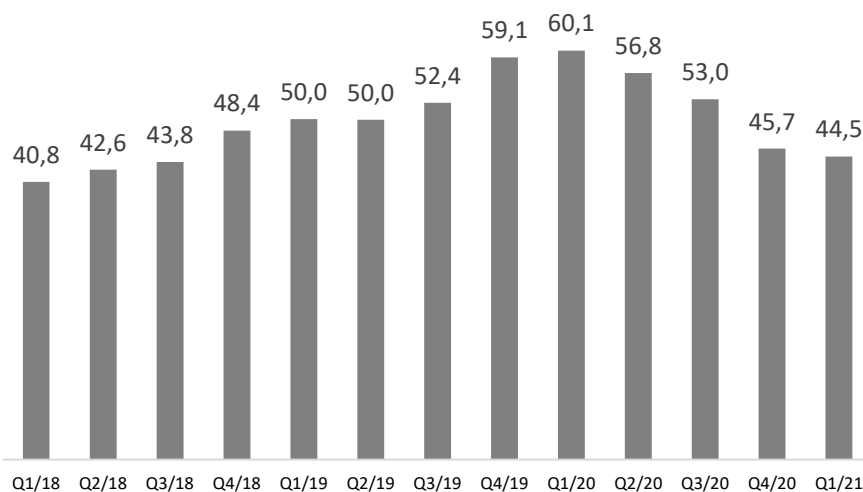


PODSUMOWANIE Q1 FREUNDSCHAFT & IQS

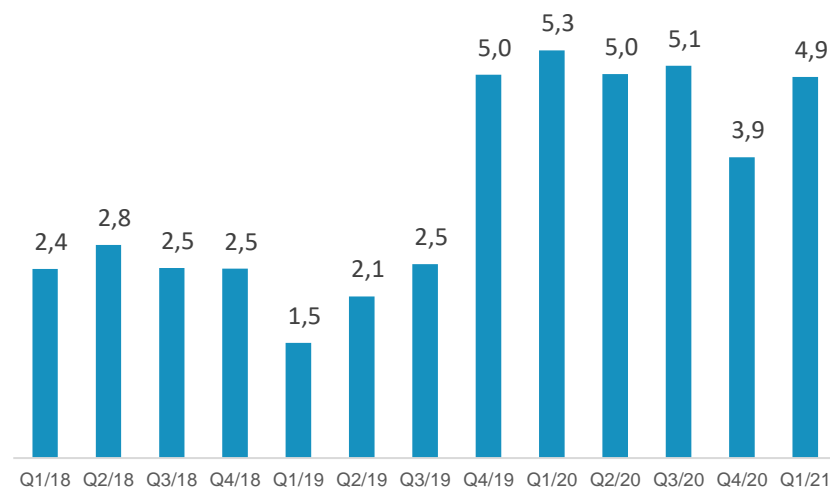
FREUNDSCHAFT

Budowa marek i branded content. Top10 w swoim segmencie. Nowy rok pod znakiem rebrandingu i wykupu 100% udziałów

PRZYCHODY ttm* (mln PLN)



EBITDA ttm* (mln PLN)



Pomimo spadku przychodów wchodzimy w 2021 w dobrej kondycji i z lepszymi miksem sprzedaży, który sprawia, że wolumen marży brutto wzrósł r/r

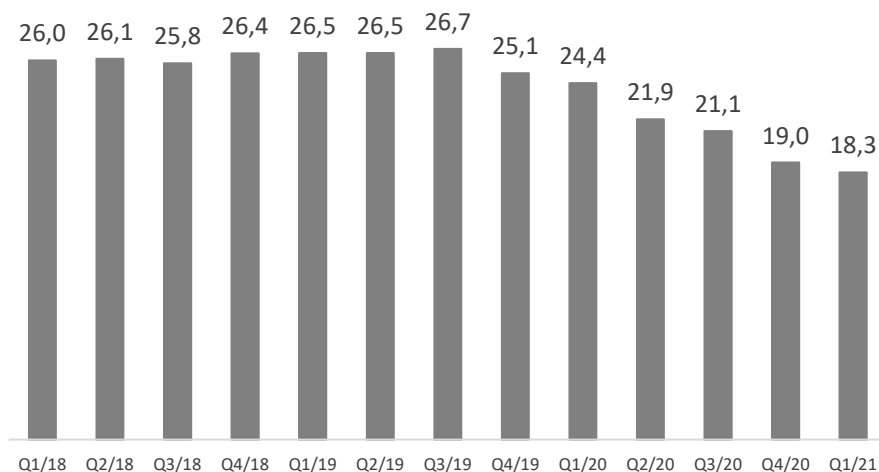
Skupienie na promocji nowej marki Freudschaft, głębszej integracji składników grupy i synergiiach z LTTM

W tej linii biznesowej spodziewamy się konsekwentnej poprawy wyników finansowych od początku roku

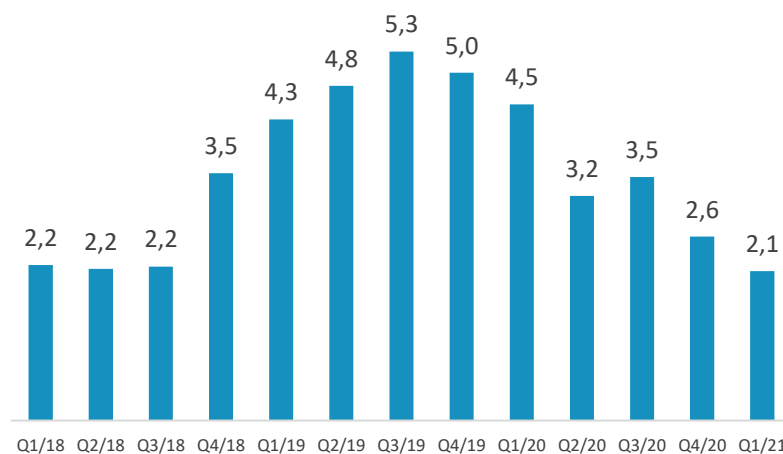
IQS

Badania rynku i opinii. Top5 w swoim segmencie. Oczekiwane odbicie rynku w 2H 2021

PRZYCHODY ttm* (mln PLN)



EBITDA ttm* (mln PLN)



Segment pod silnym wpływem Covid 19: zatrzymanie badań face-2-face (spadek o 2/3 ilości projektów), mniejsze zainteresowanie gotowymi raportami sektorowymi; niższy wynik przy utrzymaniu kosztów na zbliżonym poziomie

Najlepiej obronił się online. Opinie.pl stanowią już 65% biznesu (vs 47% rok wcześniej). Obecnie duży nacisk na wygenerowanie synergii z LTTM pod kątem wspólnych produktów i upsellu

Przygotowania do odbicia od H2 2021, wzmacnianie zespołu

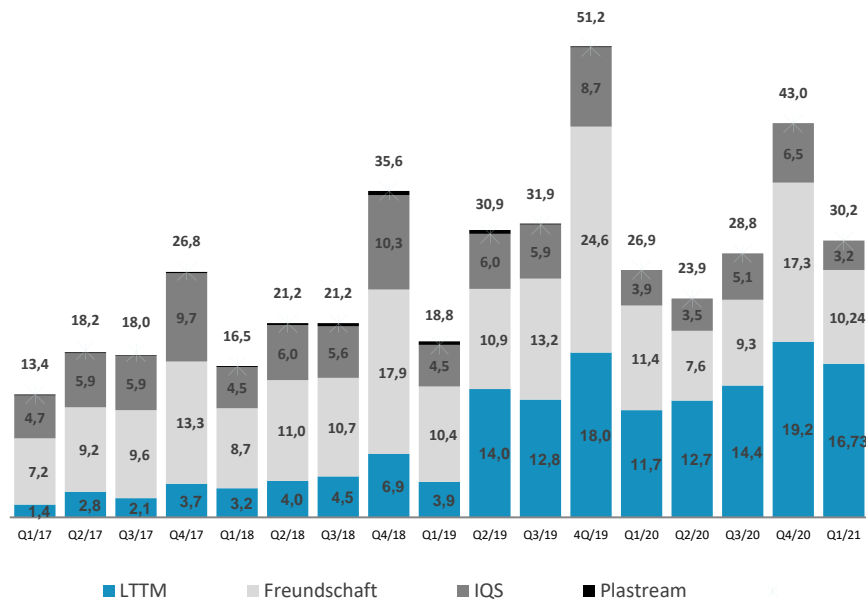


PODSUMOWANIE Q1 WYNIKI FINANSOWE

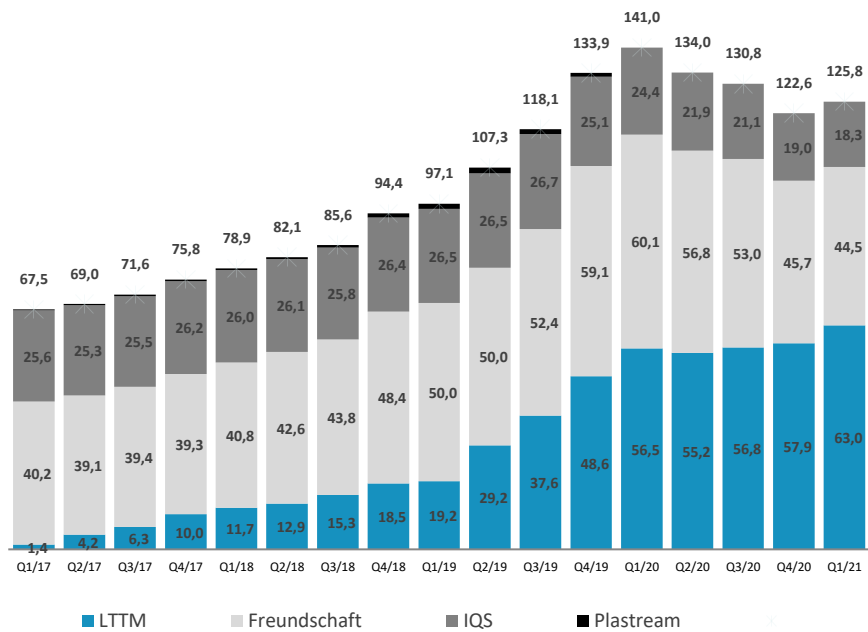
PRZYCHODY

LTTM głównym źródłem przychodów i motorem powrotu do wzrostów.

PRZYCHODY (mIn PLN)



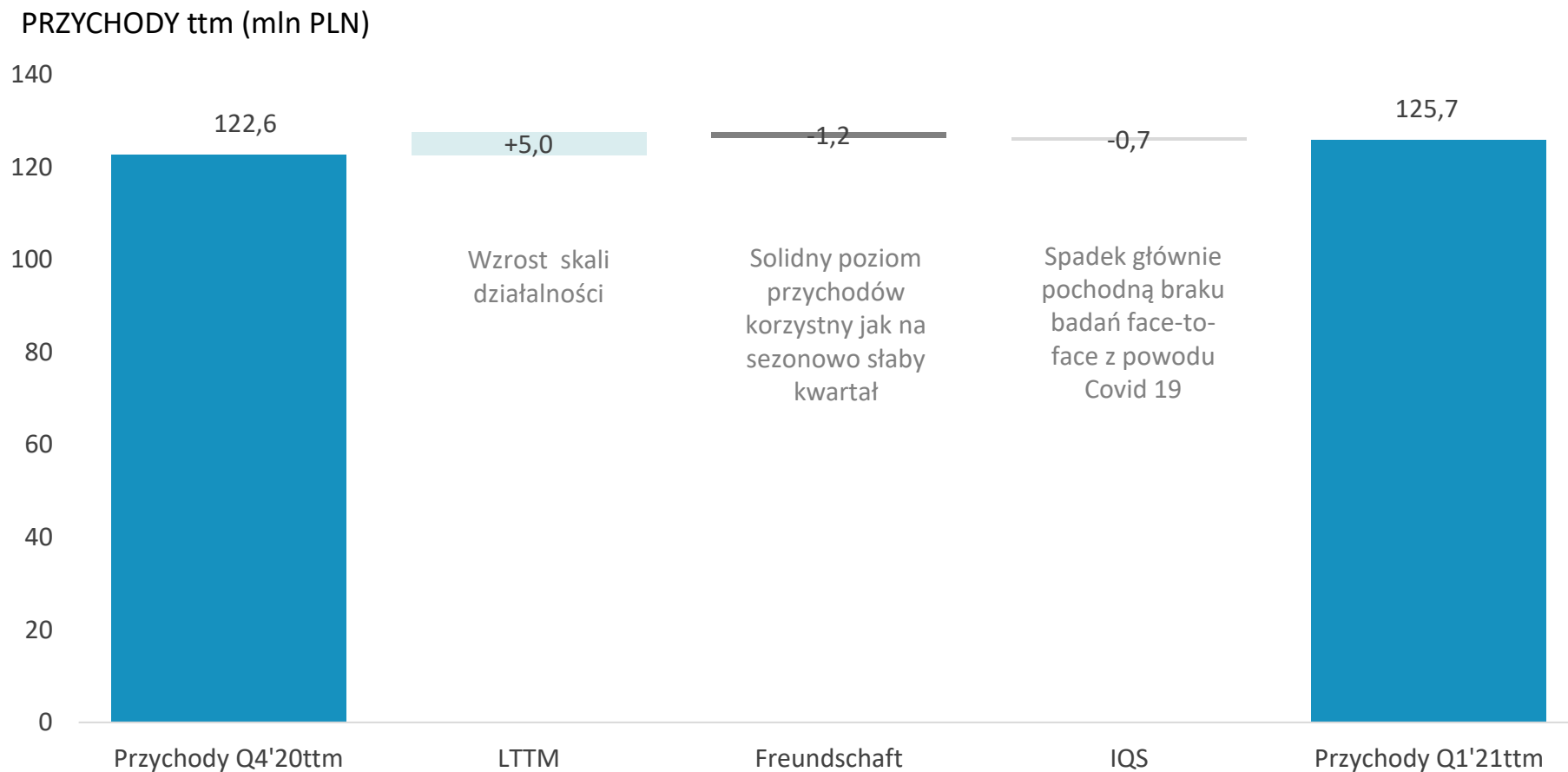
PRZYCHODY ttm* (mIn PLN)



*ttm – trailing twelve months - dane kumulatywne za 4 kroczące kwartały (12 miesięcy wstecz)- dane przekształcone
 LTTM - Konsolidacja LifeTube od Q2/19 oraz Gammelon od Q4/19
 Działalność niekontynuowana nie prezentowana od Q1 2020

PRZYCHODY

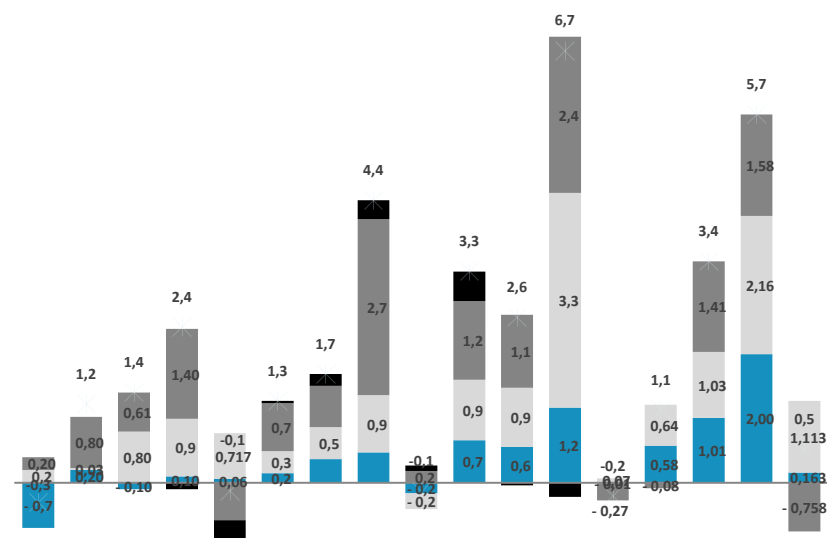
Pierwszy wzrostowy kwartał od Q1/2020 dzięki LTTM



EBITDA

Rosnąca rola LTTM w EBITDA, powrót kontrybucji Freundschaft po słabym 2020

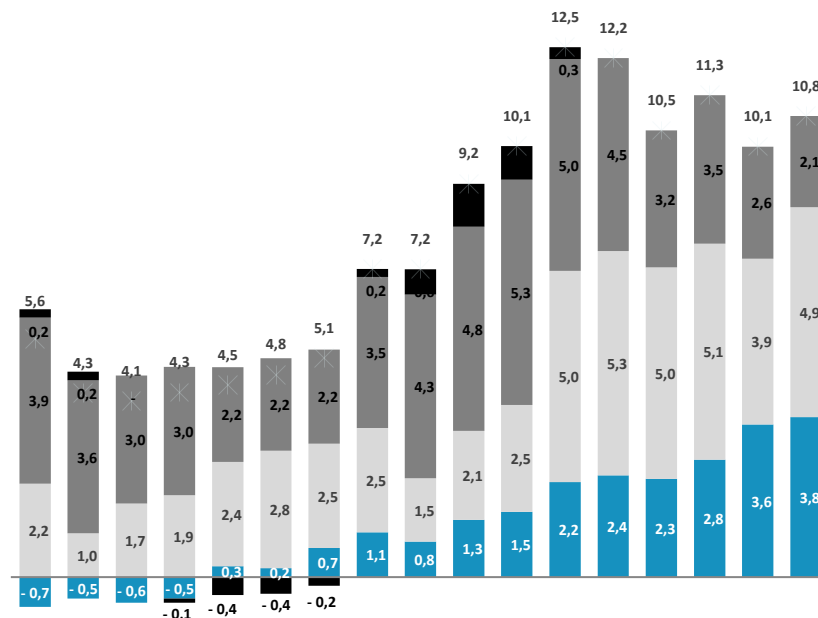
EBITDA (mln PLN)



Q1/17 Q2/17 Q3/17 Q4/17 Q1/18 Q2/18 Q3/18 Q4/18 Q1/19 Q2/19 Q3/19 4Q/19 Q1/20 Q2/20 Q3/20 Q4/20 Q1/21

■ LTTM ■ Freundschaft ■ IQS ■ Plastream

EBITDA ttm* (mln PLN)



Q1/17 Q2/17 Q3/17 Q4/17 Q1/18 Q2/18 Q3/18 Q4/18 Q1/19 Q2/19 Q3/19 Q4/19 Q1/20 Q2/20 Q3/20 Q4/20 Q1/21

■ LTTM ■ Freundschaft ■ IQS ■ Plastream

W 1H 2020 zakończona działalność produkcji contentu MellonMedia – wcześniej wykazywana jako część LTTM oraz sprzedana spółka Plastream.
W 2020 w działalności niekontynuowanej ujęte: MellonMedia – działalność zaniechana 1,1m PLN Plastream – działalność zaniechana 0,5m PLN

*dane skonsolidowane LTTM: Talent Media – dane od Q2/17, LifeTube dane od Q2/19, Gamellon od Q4/19

*ttm – trailing twelve months - dane kumulatywne za 4 kroczące kwartały (12 miesięcy wstecz)- dane przekształcone

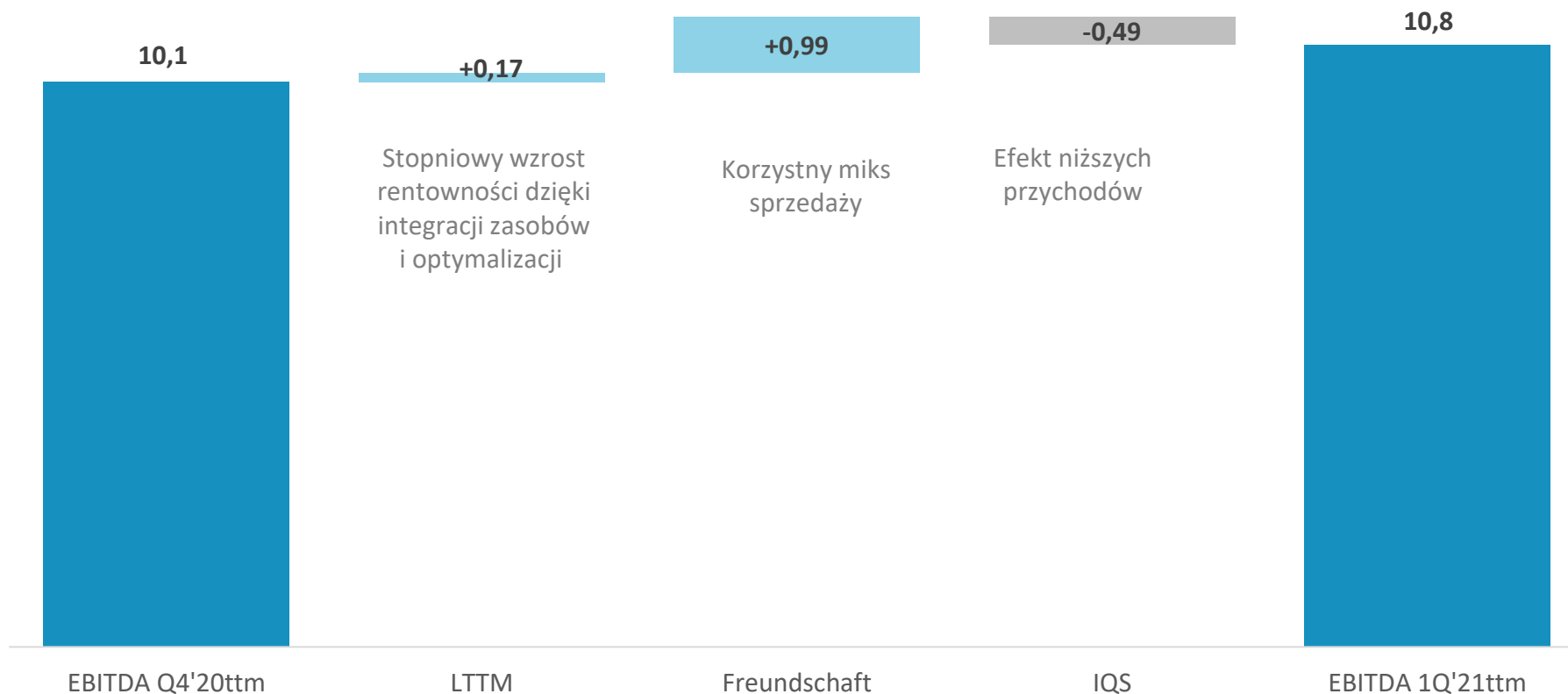
Dane uwzględniają wpływ MSSF 16

Działalność niekontynuowana nie pokazywana od Q1 2020

EBITDA

Wzrost EBITDA ttm o 6,7% wobec Q4 2020, widoczny przyrost kontrybucji Freundschaft

EBITDA ttm* (mln PLN)

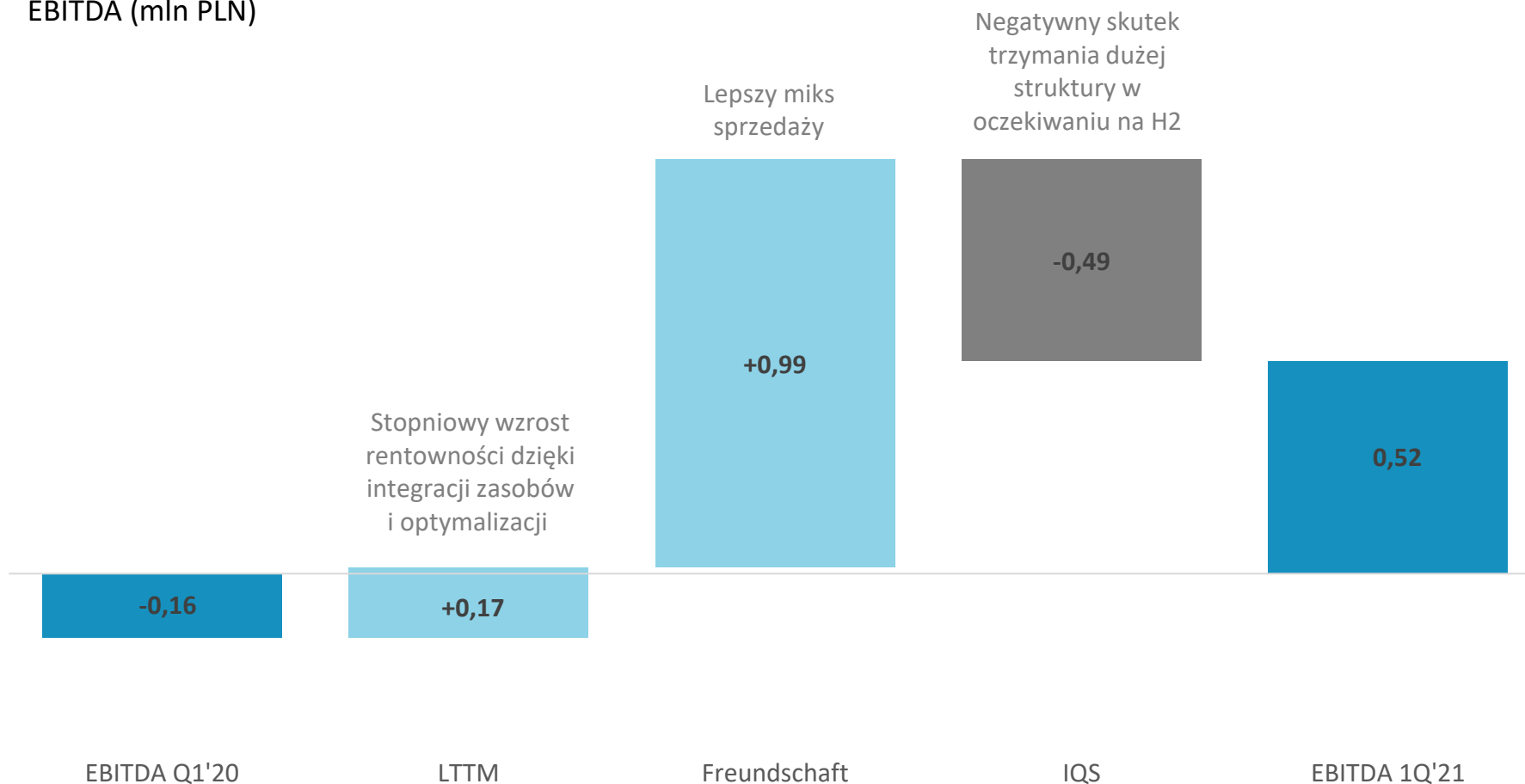


*ttm – trailing twelve months - dane kumulatywne za 4 kroczące kwartały (12 miesięcy wstecz)- dane przekształcone

EBITDA Q1 2021 VS Q1 2020

Wzrost wyniku EBITDA Q1 2021 vs Q1 2020 o 21% pomimo trwającej pandemii

EBITDA (mln PLN)

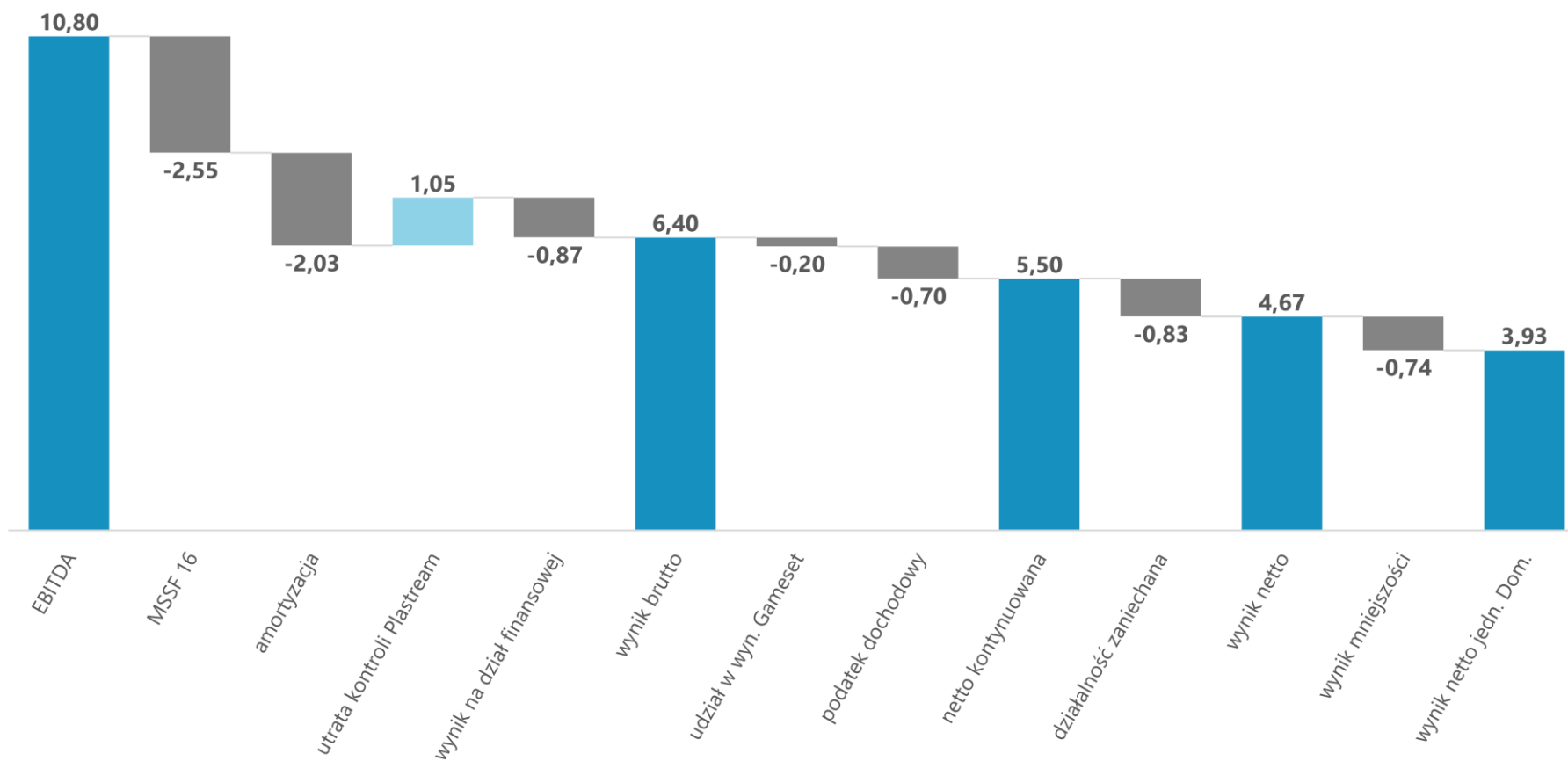


WYNIK NETTO

Dodatni wynik netto przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej

Elementy rachunku wyników w ujęciu ttm – ostatnie 12 miesięcy od Q2 2020 do Q1 2021

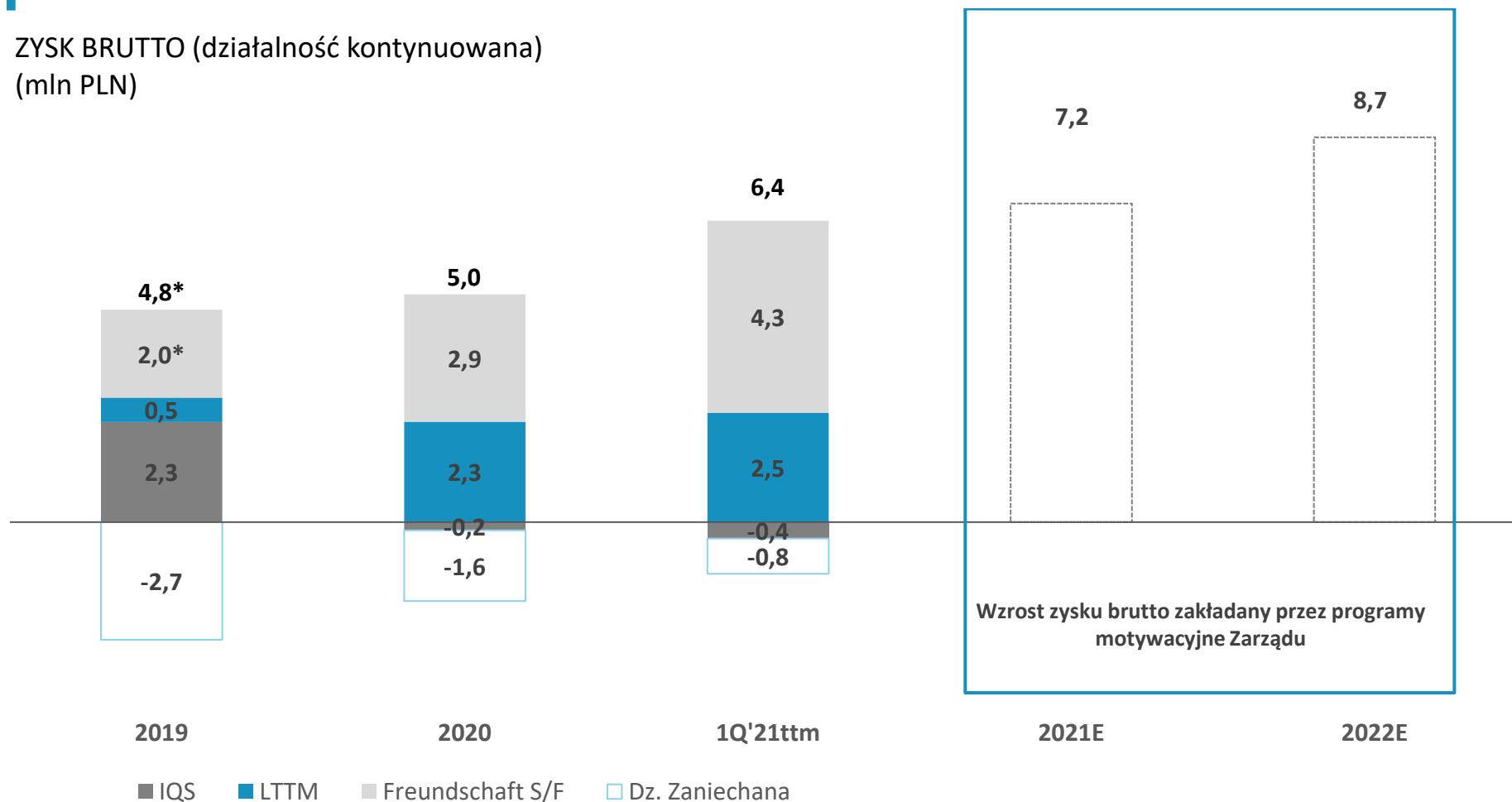
(mln PLN)



PERSPEKTYWY WZROSTU

Solidny przyrost zysku brutto dla ttm pokazuje, że jesteśmy na dobrym kursie

ZYSK BRUTTO (działalność kontynuowana)
(mln PLN)



*wynik brutto Freundschaft za 2019 skorygowany o 4,6 mln PLN odpisu, przed korektą -2,6mln PLN,

*ttm – trailing twelve months - dane kumulatywne za 4 kroczące kwartały (12 miesięcy wstecz)



PODSUMOWANIE & PERSPEKTYWY

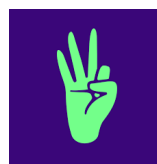
PODSUMOWANIE I PERSPEKTYWY

Rosnąca rola LTTM i dobre perspektywy we wszystkich 3 segmentach



LTTM

- konsekwentna budowa skali i coraz większe znaczenie w Grupie
- sieć odpowiada za blisko 12% oglądalności YouTube w Polsce
- zwiększenie udziałów MEDIACAP w LTTM o 18% do 95% kapitału



Freundschaft

- poprawa rentowności – efekt korzystnego miks sprzedaży
- wykup mniejszościowych udziałowców Scholz&Friends w Q1 2021
- integracja zespołów Grupy S/F, zmiana nazwy na Freundschaft
- oczekujemy dalszej progresji wyników w kolejnych kwartałach



IQS

- negatywny wpływ pandemii – niższe przychody przy zbliżonym poziomie kosztów
- oczekujemy poprawy koniunktury badań rynku w kolejnych kwartałach dlatego utrzymujemy strukturę na zbliżonym poziomie

MEDIACAP SA

Ul. Mangalia 2A, 02-758 Warszawa

Kapitał zakładowy Spółki: 940 976,95 PLN

NIP 521-27-93-367, KRS: 0000302232

www.mediacap.pl

RELACJE INWESTORSKIE

Agata Dzieciołowska, CC Group

agata.dzieciolowska@ccgroup.pl

+48 606 205 119