

# 1. Wstęp

Zapraszamy do zapoznania się ze zaktualizowaną strategią spółki Ovid Works S.A. na nadchodzący rok 2024.

## 1.1. Ovid Works: o spółce

Ovid Works, z siedzibą w Warszawie to owoc współpracy doświadczonych profesjonalistów z sektorów kreatywnego i technologicznego - Zaq'a Chojecki'ego i Jacka Dębowskiego. Firma zyskała uznanie graczy dzięki swoim innowacyjnym produkcjom w wirtualnej rzeczywistości: "Interkosmos" (2017) i jego kontynuacja "Interkosmos 2000" (2022), a także za sprawą wielokrotnie nagradzanej gry "Metamorphosis" (2020).

Misja Ovid Works skupia się na tworzeniu gier, które nie tylko oferują emocjonującą rozgrywkę, ale także wyróżniają się głęboką, wciągającą narracją, czerpiącą inspiracje z różnorodnych dziedzin kultury, takich jak literatura, kino, czy aktualne wydarzenia społeczne. Studio od lat angażuje się również w badania i rozwój w dziedzinie interaktywnej narracji w grach wideo, wykorzystując efekty badań w swoich grach.

Produkcje Ovid Works przyciągają graczy szukających czegoś więcej niż standardowej rozgrywki. Łączenie interaktywnej narracji z wysokiej jakości grafiką i mechanikami gry to wynik mieszanki talentu, innowacyjności i strategicznego myślenia. Naszym długoterminowym celem jest stworzenie firmy, która będzie nie tylko liderem innowacyjności w grach na rodzimym rynku, ale stanie się znaczącym graczem na międzynarodowej arenie branży gier wideo.

## 1.2. Cel dokumentu

Dokument ma na celu analizę sytuacji spółki oraz wybranych aspektów otoczenia rynkowego oraz przedstawienie zaktualizowanej strategii spółki Ovid Works na 2024 r., dostosowanej do dynamicznie zmieniających się warunków rynkowych oraz bieżącej sytuacji firmy.

Kluczowym zadaniem jest **skuteczna minimalizacja ryzyk związanych z fluktuacją wyników finansowych wynikających z cykliczności wydawniczej autorskich produkcji studia** poprzez zapewnienie bezpieczeństwa finansowego, zwiększenie rentowności projektów oraz minimalizację ryzyk.

Podjęcie tych kroków jest istotne, aby Ovid Works mogła skutecznie reagować na zmieniające się warunki rynkowe, utrzymując jednocześnie zdolność do tworzenia innowacyjnych i angażujących gier, które będą zachwycać graczy na całym świecie.

## 2. Analiza otoczenia zewnętrznego

Poniższa analiza ma na celu wskazanie wybranych, istotnych czynników zewnętrznych, mających wpływ na definicję nowej strategii spółki.

### 2.1. Charakterystyka rynku gier

Rynek gier kontynuuje swój stały, stabilny wzrost. W bieżącym roku pobity został rekord ilości debiutów na platformie Steam - ponad 10.000 nowych gier (SteamSpy, 2023).

Gracze, mimo upływu lat, utrzymują swój entuzjazm; grupa graczy dojrzałych stanowi znaczący segment rynku. Według Entertainment Software Association, w 2022 roku gracze w wieku 45-54 lat stanowili około 22% ogólnej populacji graczy w USA, zaś według danych zebranych przez Statista i GamesIndustry.biz, 38% graczy w Stanach Zjednoczonych należy do grupy wiekowej 18-34 lat.

Jednocześnie młodsze pokolenie wciąż wykazuje zaangażowanie w kulturę gier. Fakt, że ponad 88% osób w wieku od 16 do 25 lat identyfikuje się jako aktywni gracze pokazuje, jak głęboko zakorzeniona jest kultura gier wśród młodszego pokolenia ("Gaming penetration in the United Kingdom (UK) from 2013 to 2022, by age group and gender", statista.com, 2023). t

Chociaż wiekowo obserwować można ogólny wzrost zainteresowania branżą, warto zwrócić uwagę na wyraźny podział między różnymi typami graczy. Gracze casualowi, często korzystający z przenośnych urządzeń i stanowiący około 52% globalnego rynku gier ("Global Games Market Report", Newzoo, 2022) stają naprzeciw entuzjastów poszukujących bardziej zaawansowanych wrażeń na konsolach i PC. Grupa ta, w przeciwieństwie do graczy casualowych, wyróżnia się gotowością do inwestowania w sprzęt i dedykowane dla niego gry.

Biorąc powyższe pod uwagę, zrozumienie docelowej grupy graczy dla planowanego projektu oraz **relatywnie krótki cykl produkcyjny pozwalający zweryfikować zainteresowanie produktem na każdym z etapów rozwoju gry** stają się kluczowymi aspektami realizacji projektów autorskich na niezwykle dynamicznym i zróżnicowanym rynku gier wideo.

### 2.2. Tworzenie i sprzedaż gier

Wybór narzędzi Ovid Works, którego wszystkie projekty są realizowane w Unreal Engine, jest spójny z trendami rynkowymi. Według danych udostępnionych przez Epic Games, liczba deweloperów korzystających z Unreal Engine podwoiła się w ciągu ostatniego roku.

W zakresie sprzedaży, ugruntowało się kilka realnych alternatyw dla Steam, takich jak Epic Store, Game Pass, Humble Bundle, GOG, które zwiększają dywersyfikację kanałów sprzedaży własnych produkcji. Na samym Epic Games Store raportowanych jest ponad 230 milionów zarejestrowanych użytkowników, z czego ponad 60 milionów jest aktywnych w ujęciu miesięcznym (Epic Games Store 2022 Year in Review, 03.09.2023, Epic Games).

Oczekiwania graczy rosną wraz z postępowaniem technologii - średni koszt produkcji gry wzrósł o 30% w porównaniu do poprzedniej dekady; zaś w przypadku gier typu AAA, różnice te są jeszcze większe (Raport o kosztach produkcji gier, The Game Development Cost Analysis, 2021). Jednocześnie gracze bardzo uważnie wydają swoje środki - zgodnie z badaniami dotyczącymi preferencji cenowych, 75% graczy preferuje zakup gier w promocji lub na zniżkach (Raport o preferencjach zakupowych graczy, Gaming Market Analysis, 2022).

Według statystyk dotyczących sprzedaży gier, jedynie 10% gier generuje ponad 90% przychodów ze sprzedaży (Statystyki rynku gier, Newzoo, 2022). Mimo, że produkcja gier jest wspierana doskonałymi narzędziami i nowymi kanałami sprzedaży, to utrzymanie stabilnego biznesu w oparciu o projekty autorskie jest wciąż dużym wyzwaniem. Dlatego niezwykle istotne jest, oprócz kreatywności w trakcie produkcji, **znalezienie na jak najwcześniejszym etapie silnego partnera biznesowego**, który zapewni stworzenie adekwatnego planu wydawniczego i pełną utylizację dostępnych kanałów sprzedaży.

## 2.3. Konkurencja

W Ovid Works **konkurencję, tradycyjnie postrzeganą jako czynnik wzajemnej rywalizacji, traktujemy bardziej jako szansę na wspólny rozwój**. Dotyczy to w szczególności segmentu indie, w którym porusza się firma, w obszarze tworzenia bundli, wspólnych inicjatyw marketingowych czy wymiany doświadczeń - co przynosi korzyści zarówno dla poszczególnych firm, jak i dla całej branży niezależnych twórców gier w Polsce.

Rodzimy rynek cechuje się dynamicznym wzrostem i różnorodnością, co sprzyja tworzeniu synergii i korzystnych partnerstw. Przykładem takiej współpracy są bundle gier realizowane przez nowego wydawcę gry "Metamorphosis" Untold Tales, gdzie kilka niezależnych produkcji jest sprzedawanych w pakiecie, zwiększając ich widoczność i atrakcyjność dla graczy. Tego typu inicjatywy nie tylko zwiększają sprzedaż poszczególnych tytułów, ale również wzmacniają świadomość marki i budują społeczność wokół niezależnych gier.

Wspólne działania marketingowe rozumiemy jako udział w targach gier, eventach branżowych czy kampaniach promocyjnych. Takie inicjatywy pozwalają na dzielenie się zasobami i doświadczeniem, a także na budowanie relacji z mediami i influencerami, co ma kluczowe znaczenie dla sukcesu gier o ograniczonych budżetach marketingowych. Przykładem takiej współpracy jest Polskie Indie Booth, organizowane podczas międzynarodowych targów gier. Polskie studia indie, dzięki wspólnemu stoisku, mogą efektywniej prezentować swoje produkcje, osiągając szerszą publiczność i przyciągając zainteresowanie mediów. Tę samą synergię można odnaleźć pod stronami wydawców organizujących stoiska na wybranych targach gier.

W 2024 roku planujemy skoncentrować się na wykorzystaniu synergii w sprzedaży naszych obecnych tytułów, ze szczególnym naciskiem na gry "Metamorphosis" i "Interkosmos 2000".

## 3. Analiza otoczenia wewnętrznego

Poniższa analiza ma na celu identyfikację istotnych czynników wewnętrznych, mających wpływ na definicję nowej strategii spółki.

### 3.1. Mocne strony spółki

Zdefiniowane zostały następujące mocne strony wyróżniające spółkę Ovid Works na tle innych firm z branży gier komputerowych:

1. **Wysoka jakość i innowacyjność produkowanych gier**, która przekłada się na wysokie oceny wydanych gier przez graczy.
2. **Doskonała reputacja wśród graczy na skalę globalną**: gry ovid Works są bardzo dobrze oceniane przez graczy z różnych krajów i narodowości, przede wszystkim w Europie i USA.
3. **Bogate doświadczenie w tworzeniu gier** - od koncepcji, przez produkcję po wydanie na różnych platformach, takich jak PC, konsole czy VR.
4. **Silne relacje biznesowe z kluczowymi partnerami**, takimi jak Epic, Sony czy Meta Technologies.
5. **Sprawdzone rozwiązania technologiczne na Unreal Engine**, poparte bogatym doświadczeniem w projektowaniu rozwiązań technologicznych w UE.
6. **Doświadczenie R&D w budowaniu narracji w grach**, które wspiera tworzenie gier bogatych w ciekawe historie, adresowanych do dojrzałych graczy.
7. **Elastyczność i różnorodność w projektowaniu gier** dał spółce unikalną elastyczność i zdolność do adaptacji w tworzeniu różnorodnych tytułów - zarówno autorskich jak i na zlecenie.

### 3.2. Obszary z potencjałem do dalszego rozwoju

Zdefiniowane zostały następujące szanse, które mogą przyczynić się do znaczącego rozwoju spółki:

1. **Partnerstwa strategiczne z innymi firmami branżowymi**: współpraca z firmami takimi jak Splash XR może przynieść wysokie wartości produkcyjne i umożliwić skalowanie zespołu. Partnerstwa te otwierają drzwi do nowych technologii, wiedzy specjalistycznej i zwiększonej mocy produkcyjnej.
2. **Możliwości ekspansji na nowe rynki i platformy**, otwierające dodatkowe kanały sprzedaży dla obecnych i przyszłych tytułów.
3. **Wysoki potencjał zwiększenia community wokół gier spółki**, w szczególności w kontekście wzrostu popularności gier wideo na całym świecie oraz wysokich ocen tytułów Ovid Works.

## 4. Zarządzanie ryzykiem

Zdefiniowane zostały następujące czynniki ryzyka wymagające uwagi i strategicznego zarządzania:

Ryzyko	Opis	Strategia mitygacji
Rozwój technologiczny	Szybki rozwój technologiczny i zmiany trendów w grach wideo wymusza ciągłe dostosowywanie się do nowych technologii i trendów poprzez inwestycje w innowacje i rozwój	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inwestycje w rozwój technologiczny, np. wykorzystanie AI w procesie tworzenia i testowania gier</li> <li>• Wykorzystanie najnowszych narzędzi deweloperskich, takich jak Unreal Engine 5</li> <li>• Wczesna weryfikacja produktu</li> <li>• Elastyczny proces produkcyjny uwzględniający feedback-loop z grupą docelową</li> </ul>
Konkurencja ze strony gier AAA	Konkurencja ze strony dużych graczy w branży gier stanowi wyzwanie dla mniejszych spółek takich jak Ovid Works i wpływa przede wszystkim na zdolność do efektywnego dotarcia do odbiorców	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca z wydawcami i wykorzystanie synergii produktowej ich portfolio</li> <li>• Współpraca z innymi studiami indie w poszukiwaniu synergii przy marketingu i promocji gier</li> <li>• Wykorzystanie dotychczas zbudowanej społeczności w kontekście promocji i sprzedaży nowych gier</li> </ul>
Niepewność ekonomiczna	Niepewność ekonomiczna, w tym wahania walut, w których spółka rozlicza się z właścicielami platform (USD i EUR) oraz zmiany w sile nabywczej, może wymagać od firmy	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dywersyfikacja źródeł przychodu</li> <li>• Bieżące dostosowanie strategii cenowej do trendów rynków (w szczególności w obszarze promocji oraz regionalnych cen produktów)</li> <li>• Adaptacja strategii marketingowych, np. wskazującą wysoką wartość produktu w stosunku do ceny</li> </ul>
Zależność od premier	Zależność od pojedynczych tytułów gier, co może być ryzykowne przy dynamicznie zmieniających się preferencjach graczy i trendach rynkowych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zapewnienie stałego źródła przychodu poprzez realizację prac na zlecenie</li> <li>• Efektywna użycie wydanych gier i posiadanych IP</li> <li>• Jasny plan produkcyjny na rozwój gier po ich premierze i długoterminową kapitalizację</li> </ul>

Koszty produkcji	Wysokie budżety produkowanych gier ograniczają elastyczność finansową firmy i znacznie ryzyka związane z tworzeniem autorskich produkcji	<ul style="list-style-type: none"><li>• Optymalizacja procesu produkcyjnego</li><li>• Efektywne wykorzystanie zewnętrznych dostawców dla wybranych aspektów produkcji gier</li><li>• Zapewnienie współfinansowania w przypadku bardziej rozbudowanych gier</li></ul>
------------------	--	--

## 5. Cele strategii

Na podstawie analizy zewnętrznego i wewnętrznego otoczenia spółki, zdefiniowaliśmy dwa główne cele nowej strategii Ovid Works.

### 5.1. Optymalizacja realizacji projektów autorskich

Ovid Works zostało zbudowane na bazie realizacji autorskich projektów inspirowanych różnymi źródłami kultury. Wierzymy, że **dla długoterminowego rozwoju spółki kluczowe jest posiadanie własnych IP oraz tworzenie unikalnych projektów**, które będą wyróżniać spółkę na tle innych deweloperów i otwierać możliwości na realizację kolejnych części, dodatków czy innych działań pozwalających na ich długoterminową kapitalizację. Przykładem może być sprzedaż praw do “Metamorfozy” w wersji na VR przy zachowaniu udziału w przychodach, którą zrealizowaliśmy pod koniec bieżącego roku.

W przyszłym roku planujemy kolejne autorskie produkcje, ze **zwiększonym naciskiem na zapewnienie ich rentowności i minimalizację ryzyk związanych z ich realizacją**. W związku z tym zdefiniowaliśmy szereg działań na przestrzeni całego procesu tworzenia gry - od pre-produkcji po wydanie - których implementacja pozwoli nam na bardziej efektywne realizowanie tego aspektu działania spółki.

### 5.2. Zwiększenie stabilności finansowej spółki

Z perspektywy działania spółki kluczowe jest zapewnienie zarówno nakładów na jej bieżące działanie jak również na inwestycje w nowe projekty i rozwój obecnych.

Jednocześnie biorąc pod uwagę cykl produkcyjny, gdzie intensywność prac i wymagania stawiane członkom zespołu różnią się znacznie między poszczególnymi etapami produkcji, kluczowe jest zapewnienie “ciągłości zaangażowania” dla najważniejszych członków zespołu.

W świetle tych wyzwań, niezbędna stała się dywersyfikacja źródeł przychodów, która polega na poszukiwaniu nowych możliwości biznesowych, takich jak **projekty na zlecenie czy partnerstwa strategiczne**, które mogą zapewnić regularne i przewidywalne strumienie przychodów. Dodatkowym atutem wspomnianej dywersyfikacji jest większą elastyczność w zarządzaniu kluczowymi zasobami spółki.

## 6. Realizacja projektów autorskich

W realizacji projektów autorskich kluczowa jest optymalizacja podejścia do każdego z etapów tworzenia gier oraz minimalizacja ryzyka związanego z inwestowaniem czasu oraz środków w nowe IP.

W danym momencie będziemy realizować maksymalnie jeden autorski projekt. Ta polityka pozwala skoncentrować nasze zasoby i talent na przedsięwzięciu, które ma największy potencjał.

### 6.1. Demo/ prototyp

Przykładamy dużą wagę do etapu preprodukcji, szczególnie przy tworzeniu dema lub prototypu nowego projektu. Proces ma na celu zapewnienie jasnego i precyzyjnego określenia zakresu prac, **wczesną weryfikację potencjału projektu** oraz optymalizację procesu pozyskania wydawcy.

1. Stworzenie wersji demonstracyjnej (demo) każdego projektu i jej rynkowa weryfikacja, zanim podejmiemy decyzję o pełnej realizacji.
2. Budżet przeznaczony na stworzenie wersji demo nie może przekraczać 8% do 10% całkowitych kosztów rozwoju gry, co oznacza kwotę w przedziale od 100 do 150 tysięcy złotych.
3. Skupiamy się na stworzeniu dema w sposób jak najbardziej efektywny, ograniczając czas jego realizacji do maksymalnie 3-4 miesięcy.
4. Demo jest tworzone przez niewielki zespół, co zapewnia niezbędną elastyczność i szybkość w podejmowaniu decyzji. Nacisk położony jest na mechanikę i rozgrywkę; elementy artystyczne mają na tym etapie niższy priorytet.
5. Weryfikacja z wydawcą na wczesnym etapie: już na etapie preprodukcji i tworzenia wersji demo gry, aktywnie poszukujemy współpracy z potencjalnymi wydawcami. „Reach out” do wydawców pozwala nam na wczesne uzyskanie feedbacku i oszacowania zainteresowania ekspertów z branży.
6. Decyzja na Podstawie Reakcji na Demo: jeśli nasze demo nie jest w stanie przyciągnąć obiecującego wydawcy, podejmujemy decyzję o zakończeniu projektu na tym etapie.

### 6.2. Produkcja gry

Przy produkcji gier zastosujemy zbalansowane podejście, które pozwoli nam na efektywne zarządzanie budżetami i zasobami. Nasza strategia produkcyjna opierać się będzie na modelu, który określamy jako „core” + „dev”.

“Core” - minimalny zakres mechanik i implementacji, który pozwoli graczom w pełni cieszyć się z nowej gry, zaś spółce i wydawcy - realnie ocenić jej potencjał na podstawie premiery.

“Dev” - dobrze przemyślany i potwierdzony z wydawcą plan rozwoju gry po jej wydaniu, opierający się o rozwój zakresu gry zaimplementowanego w ramach “core”.



Wprowadzamy też nowe podejście do budżetowania i planowania projektów autorskich, które łączy się ściśle z oczekiwaniami sprzedażowymi. Nasze plany opierają się na założeniu, że każdy nowy projekt osiągnie poziom sprzedaży co najmniej 20 tysięcy kopii, co uznajemy na podstawie zrealizowanych dotychczas projektów uznajemy za bezpieczną prognozę.

Budżety naszych projektów będą ustalane na poziomie od 1,2 do 1,8 miliona złotych. Ponadto, określiliśmy, że czas trwania produkcji każdego projektu nie powinien przekraczać 1,5 roku, nie licząc testów czy procesu certyfikacji.

Powyższe założenia powinny zapewnić zwrot kosztów projektu przed ewentualnymi dodatkowymi inwestycjami w jej dalszy rozwój.

Nasze podejście do produkcji ma na celu zapewnienie wysokiej jakości gier, przy jednoczesnym zrównoważonym zarządzaniu ryzykiem i kosztami. To pozwala nam na tworzenie przemyślanych i dobrze przyjętych produktów, które spełniają oczekiwania zarówno graczy, jak i inwestorów.

### 6.3. Wydanie

Kluczowym aspektem naszej strategii produkcyjnej jest zapewnienie wsparcia przez doświadczonego wydawcę. Nie rozpoczynamy fazy produkcyjnej gry bez zapewnienia zainteresowania produktem przez partnera, który pasuje profilowo do realizowanego projektu.

Dopuszczamy dwa wyniki etapu weryfikacji wydawniczej:

1. **Zainteresowanie projektem:** na etapie tworzenia dema weryfikujemy zainteresowanie projektem wśród rodzimych i międzynarodowych wydawców. W zależności od możliwości finansowych spółki oraz atrakcyjności propozycji wydawcy dopuszczamy możliwość realizacji projektu samodzielnie, przy wspomnianych w punkcie 5.2 parametrach czasowo-finansowych. Podjęcie takiej decyzji nie wyklucza pozyskania wydawcy w zakresie marketingu i wydania skończonej gry, ewentualnego portowania lub lokalizacji.
2. **Wsparcie w wydaniu:** na każdym z etapów dopuszczamy podpisanie umowy wydawniczej z jednym z zainteresowanych wydawców. Dopuszczamy możliwość odejścia od zdefiniowanych wyżej założeń czasowo-finansowych jedynie w przypadku pozyskania wydawcy, z którym zostanie w trakcie negocjacji potwierdzone rozszerzenie oryginalnie zaproponowanego zakresu.

### 6.4. Podsumowanie

Powyższy proces zapewnia, że skupiamy nasze wysiłki i zasoby na tych projektach, które mają największe szanse na sukces. Dzięki temu podejściu, możemy lepiej zarządzać ryzykiem i maksymalizować efektywność naszych działań wydawniczych.

## 7. Stabilność finansowa

Kształtujemy docelową strukturę operacyjną Ovid Works, aby zoptymalizować naszą efektywność i dostosować się do dynamicznych warunków rynku.

### 7.1. Praca na zlecenie

W ramach nowej strategii biznesowej, Ovid Works przykłada dużą wagę do pracy na zlecenie, szczególnie gdy jest to związane z udziałem w przychodach. Takie podejście oferuje naszemu zespołowi stabilność finansową, jednocześnie ograniczając ryzyko, które jest nieodłącznym elementem branży gier wideo.

Kładziemy nacisk na elastyczność i możliwość skalowania zespołu oraz przyjmowanie projektów na zlecenie, w zależności od popytu na nasze usługi, możliwości produkcyjnych i atrakcyjności warunków współpracy. Dzięki temu będziemy mogli efektywnie reagować na różnorodne potrzeby rynku i klientów.

Pierwszą realizowaną przez nas grą w trybie na zlecenie jest EverDream Valley w wersji na VR, posiadająca według nas olbrzymi potencjał, potwierdzony dodatkowo wsparciem Mety.

Koncentrujemy się na projektach „płaskich”, które mają duży potencjał na rynku wirtualnej rzeczywistości (VR). W szczególności planujemy skoncentrować się na produkcjach zagranicznych, z uwagi na dużą atrakcyjność cenową, którą oferują polskie realia rynkowe - w szczególności dla krajów Europy Zachodniej i Stanów Zjednoczonych.

Dzięki naszym relacjom z właścicielem platformy Meta Quest, posiadamy dostęp do możliwości finansowania wybranych projektów portowania na VR. Ewentualne zapewnienie częściowego lub całkowitego finansowania projektów pozwoli nam znacznie umocnić pozycję negocjacyjną z właścicielami praw do tych tytułów, co przekładać się będzie na atrakcyjne warunki finansowe dla spółki.

### 7.2. Dofinansowania i granty

Z uwagi na duże doświadczenie w pozyskiwaniu zewnętrznych źródeł finansowania, intensywnie zaangażujemy się w proces składania wniosków o dofinansowania i granty, jako istotny element naszej strategii rozwoju.

W przypadku otrzymania dofinansowania będziemy realizować zasadę wczesnej weryfikacji rozwiązania z docelowymi odbiorcami (w przeciwieństwie do prowadzenia badań w zamkniętym ekosystemie, co miało miejsce przy zrealizowanych już przez Ovid Works dotacjach). Pozwala to na zminimalizowanie ryzyka, dając jednocześnie przestrzeń na wprowadzanie kluczowych zmian w trakcie realizacji projektu.

Planujemy realizację następujących projektów w oparciu o dotacje składane na przełomie 2023/2024 r.:

1. CRPK: prototyp gry “Metamorfoza 2”, uwzględniający nauzki wyciągnięte z pierwszej części gry i bazujący na polskich elementach kulturowych zaczerpniętych z rodzimej literatury;
2. Creative Europe: prototyp gry “Venezia”, izometrycznej gry zręcznościowo-przygodowej z elementami RPG, odbywającej się w realiach XVIII wiecznej Wenecji.
3. Creative Europe: prototyp gry “Metamorfoza 2” uwzględniający nauzki wyciągnięte z pierwszej części gry oraz feedback od wstępnie zainteresowanych wydawców

W dalszej części 2024 roku będziemy szczegółowo analizować i obserwować dotacje, które udostępniane są polskim przedsiębiorstwom. Skupimy nasze wysiłki na ubieganiu się o fundusze na realizację projektów w szczególności w zakresie tworzenia prototypów nowych gier (4-6 miesięcy) oraz .

Nasz główny cel to dotacje o krótkim okresie trwania (4-6 miesięcy), pozwalające na realizację prototypów nowych gier, które możemy prezentować potencjalnym partnerom w celu podpisania umowy wydawniczej lub pozyskania dodatkowego finansowania. Z uwagi na nasze duże doświadczenie w obszarze R&D skoncentrujemy się również na bardziej rozbudowanych dotacjach z obszaru Badań i Rozwoju (18 - 24 miesiące), w szczególności w obszarze wdrażania nowych, innowacyjnych technologii (takich jak wsparcie AI) i rozwiązań w procesie tworzenia gier.

Powyższe działania mają na celu nie tylko zabezpieczenie finansowania naszych obecnych i przysłych projektów, ale także umożliwienie nam eksploracji nowych, innowacyjnych kierunków w branży gier wideo. Dzięki temu Ovid Works może kontynuować rozwijanie kreatywnych i unikalnych gier oraz usprawniać sam proces ich tworzenia.

### 7.3. Bliska współpraca z podmiotami zewnętrznymi

Kładziemy duży nacisk na rozwijanie efektywnych relacji z podmiotami zewnętrznymi, które mają kluczowe znaczenie dla naszego sukcesu w branży gier - i nie tylko.

Pierwszym krokiem w realizacji tego elementu strategii jest nasza bliska współpraca ze Splash XR. Współpraca ta umożliwi nam sprawne skalowanie zespołu produkcyjnego i zwiększenie kompetencji w realizacji projektów, szczególnie w obszarze portowania gier oraz projektów stricte biznesowych. Współpraca ta została zintegrowana z naszym głównym pipeline produkcyjnym, obejmując zarówno projekty na zlecenie, jak i autorskie. To podejście pozwala nam na bardziej efektywne zarządzanie zasobami, jednocześnie zapewniając wysoką jakość i spójność naszych projektów.

Będziemy poszukiwać kolejnych potencjalnych partnerów biznesowych, zarówno z branży gier wideo jak i szeroko rozumianego obszaru “entertainment”, kierując się przede wszystkim

kompatybilnością zespołów oraz wspólnymi celami w obszarze rozwoju i doboru realizowanych projektów.

## 7.4. Lepsze wykorzystanie własnych IP

Kładziemy duży nacisk na efektywne wykorzystanie naszych własnych własności intelektualnych (IP). W tym celu podejmujemy szereg działań, które mają na celu maksymalizację wartości i potencjału naszych gier.

1. **Monitorowanie promocji** i maksymalne wykorzystanie potencjału wynikającego z obniżek, eventów i promocji dostępnych na platformach sprzedażowych, na których znajdują się nasze gry.
2. **Poszukiwanie nowych kanałów dystrybucji**, jak np. podjęta w 2023 r. współpraca z Plug-In-Digital czy G2A.
3. **Współpraca z innymi deweloperami** i poszukiwanie synergii w obszarze promocji, marketingu, bundlowania produktów czy wzajemnej wymiany doświadczeń. Proces ten aktualnie zarządzany jest dla “Metamorfozy” przez wydawcę Untold Tales i przynosi bardzo pozytywne efekty, dlatego planujemy podobne działania dla platform i gier, które aktualnie nie posiadają dedykowanego wydawcy. Przykładową. organiczną synergią, będzie premiera gry “Metamorphosis” w wersji na VR, zaplanowana na połowę przyszłego roku.
4. **Dodatki i aktualizacje**: Na podstawie przeprowadzonej analizy możliwości rozwoju i związanych z nimi kosztów, zaplanowaliśmy wprowadzenie szeregu dodatków i aktualizacji do już wydanych gier. Taki proces pozwala na przedłużenie życia naszych produktów na rynku, zwiększając ich wartość i utrzymując zainteresowanie graczy. Jednym z istotnych wydarzeń, wokół których planujemy dodatkowe działania, jest 100-lecie śmierci Franza Kafki (03.06.2024 r.).

## 8. Podsumowanie

W ramach naszej działalności w branży gier, istotnym czynnikiem wpływającym na przychody jest skuteczność promocji oraz decyzje podejmowane przez osoby zarządzające contentem platform dystrybucyjnych. Czy nasze tytuły zostaną włączone do promocji, zestawów lub przecen? Czy algorytmy platform będą sprzyjać naszym grom? Uzyskanie promocji, bundli czy przecen wymaga stałego zaangażowania, przy czym możliwości częstych przecen są ograniczone przez ustalone okresy przerw między promocjami.

Dlatego kluczowym elementem naszej strategii jest zapewnienie ciągłego źródła przychodów, niezbędnego do utrzymania profesjonalnej kadry i inwestycji oraz minimalizacji ryzyk wynikających z realizacji projektów autorskich. W celu osiągnięcia finansowej stabilności, Ovid Works postanowiło rozszerzyć swoją działalność o wykonanie zleceń, szczególnie koncentrując się na adaptacji tytułów do wirtualnej rzeczywistości. Chodzi tu nie tylko o proste przeniesienie, ale o projektowanie dedykowanych gier VR, wykorzystując nasze bogate doświadczenie w tej dziedzinie.

W trzecim kwartale 2023 roku firma podpisała umowę z Mooneaters i aktywnie poszukuje nowych kontraktów, które zapewnią stały przyływ gotówki i udział w zyskach. Model ten ma na celu budowanie płynności finansowej i solidnych podstaw dla przyszłych dochodów. Pozwoli on na budowanie płynności finansowej i solidnych fundamentów dla przyszłych dochodów z bardziej rentownych tytułów.

Jednocześnie zarząd Ovid Works podejmuje szereg działań, mających na celu minimalizację ryzyk związanych z finansowaniem i produkcją autorskich tytułów, jak również z optymalizacją samego procesu produkcyjnego oraz jak najszybszą weryfikacją zasadności tworzenia danego IP. Jest to niezwykle istotny element strategii, który pozwoli spółce patrzeć z nadzieją w przyszłość, nie gubiąc po drodze DNA, które było podwaliną do stworzenia firmy.