

MEDIACAP SA

STRATEGIA 2020

PRZEMIANA W BIZNES TECHNOLOGICZNY

ZASTRZEŻENIE PRAWNE

Niniejsza prezentacja nie stanowi oferty sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych Spółki Mediacap S.A. ("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 zaciągnięciu 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 jakiejkolwiek 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

2020: TRANSFORMACJA MEDIACAP SA

MEDIACAP SA: WIODĄCY BIZNES CONSULTINGOWY

- 7 lat skutecznej przemiany z małej firmy w wiodącego polskiego gracza na rynku marketingu
- Kapitał ludzi w postaci 260 wysoko wykwalifikowanych pracowników i współpracowników
- Współpraca z blisko 300 klientami klasy Enterprise – największymi reklamodawcami w PL
- Multibrandowa strategia pozwalająca podkreślić specjalistyczne kompetencje
- One-stop-shop: szeroka oferta usług z zakresu Marketingu i Data
- Zdywersyfikowany akcjonariat z rosnącym udziałem inwestorów instytucjonalnych i free float
- Akcje notowane na rynku regulowanym GPW od 08/2016

**STABILNE PRESPEKTYWY DLA BIZNESÓW
CONSULTINGOWYCH PRZEŁOŻĄ SIĘ NA POWTARZALNE
ŹRÓDŁO CASH FLOW W LATACH 2017-2020**

**GŁÓWNY NACISK W TYCH AKTYWACH POŁOŻONY NA
AUTOMATYZACJĘ PROCESOWĄ**

MEDIACAP SA: SILNY GRACZ TECHNOLOGICZNY

- Wiodąca rola skalowalnych modeli technologicznych w przychodach i zyskach
- Silne wykorzystanie nowych technologii: MACHINE LEARNING i CLOUD
- Poszerzenie obszaru działania na rynki CEE, EMEA i GLOBAL
- Wejście w efektywnościowe i abonamentowe modele rozliczeniowe (CPA, CPC, SaaS, PaaS)

**W CIĄGU 3 LAT ZMIENIMY SIĘ
W FIRMĘ TECHNOLOGICZNĄ
O ZASIĘGU MIĘDZYNARODOWYM**

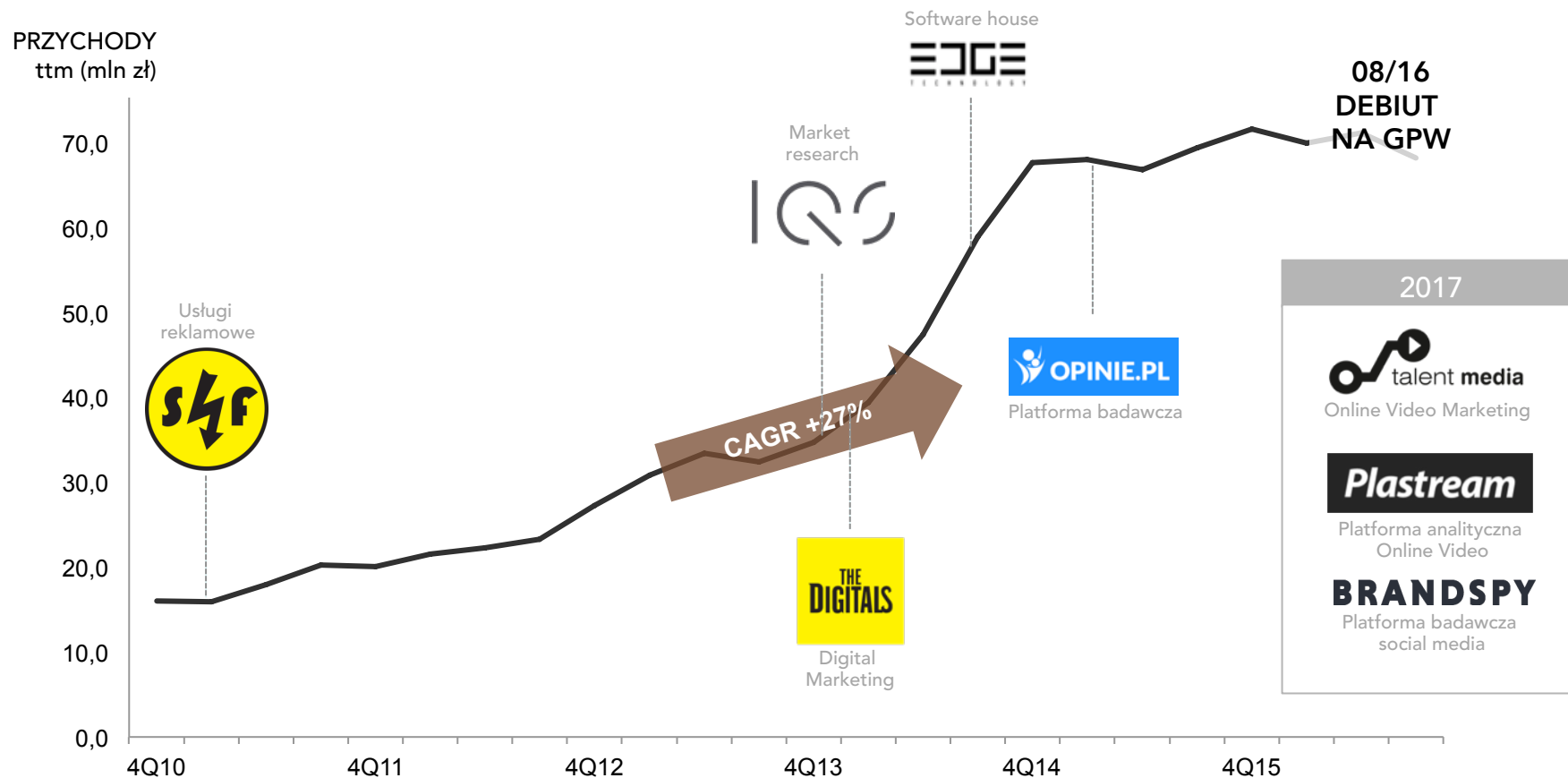
**MODELE KTÓRE ZESKALUJEMY
SKOKOWO (5x TOPLINE, 10x EBITDA)
OTWORZĄ PERSPEKTYWY
NA DALSZY DYNAMICZNY ROZWÓJ**

MEDIACAP SA

REALIZACJA STRATEGII 2010 DAŁA NAM SILNE PODSTAWY

SKUTECZNA BUDOWA SKALI (7x)

od agencji reklamowej do one-stop-shop usług marketingowych i badań rynku



silna pozycja rynkowa, zdywersyfikowane usługi i baza klientów

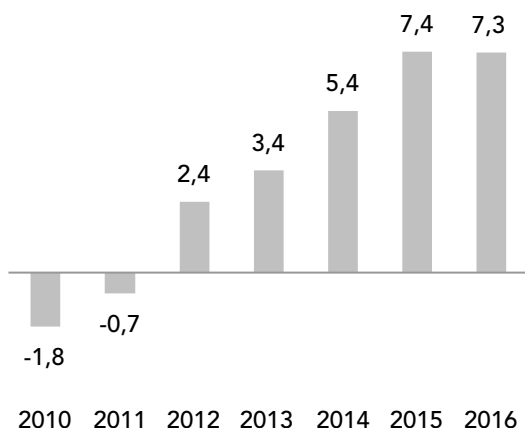
-



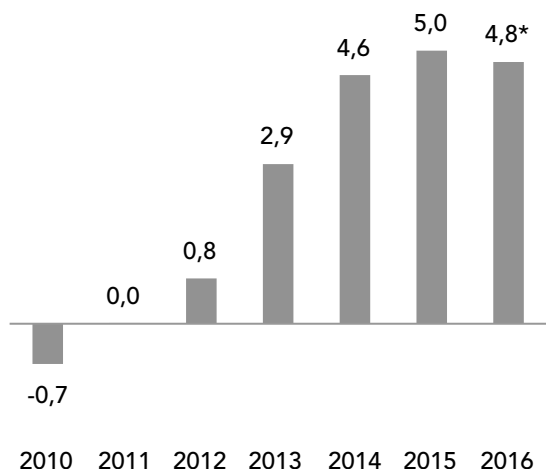
MOCNE WYNIKI FINANSOWE

konsekwentnie rentowny biznes pozwala finansować innowacje i przejęcia

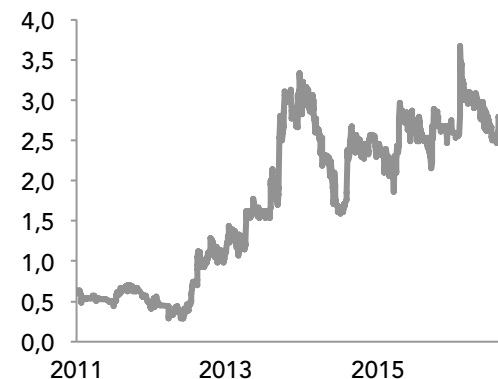
WZROST EBITDA (mln PLN)



WZROST ZYSKU NETTO (mln PLN)



WZROST KURSU AKCJI



TRANSFORMACJA FINANSÓW SPÓŁKI 2010-2016

- Uzyskanie pozytywnego wyniku netto i wzrost rentowności biznesu do poziomu 5 mln PLN zysku netto
- Rosnące marże dzięki innowacjom, lepszej efektywności procesowej i finansowej oraz synergii kosztowym
- Realizacja strategii bez obciążania bilansu spółki (zobowiązania finansowe na poziomie <1,0 mln PLN)

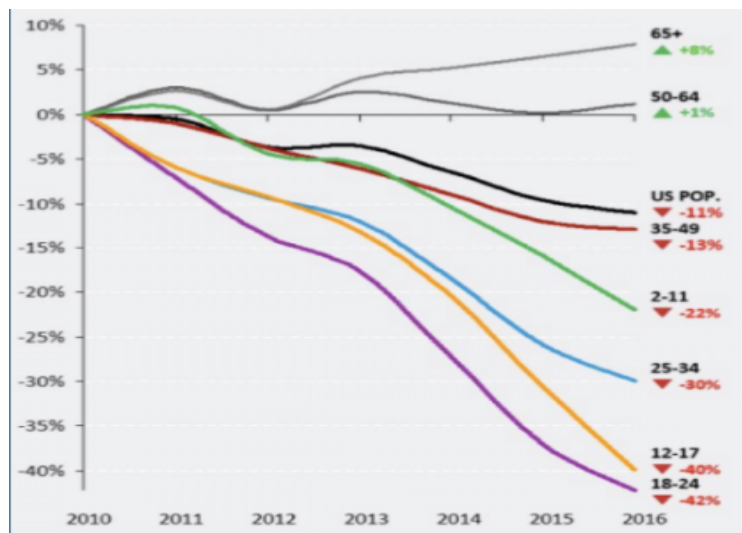
*z działalności kontynuowanej
(-0,4mln PLN z działalności zaniechanej)

WIELKA SZANSA
MEDIALNA REWOLUCJA
TWORZY ZUPEŁNIE
NOWE MOŻLIWOŚCI
BUDOWY
SKALOWALNEGO
BIZNESU

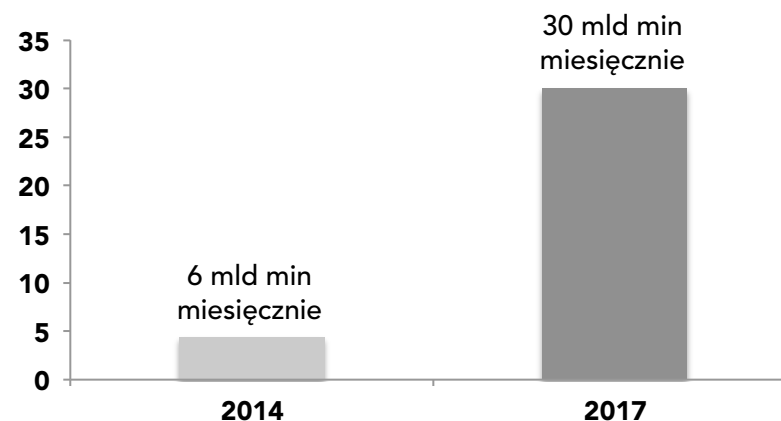
TELEWIZJA LINEARNA UMIERA

video online całkowicie zastępuje tv w młodszych grupach

W USA OGLĄDALNOŚĆ TRADYCYJNEJ TV SPADA
WE WSZYSTKICH GRUPACH PONIŻEJ 50 LAT



TYMCZASEM GLOBALNA OGLĄDALNOŚĆ
YOUTUBE WZROSŁA 5x W CIĄGU TRZECH LAT

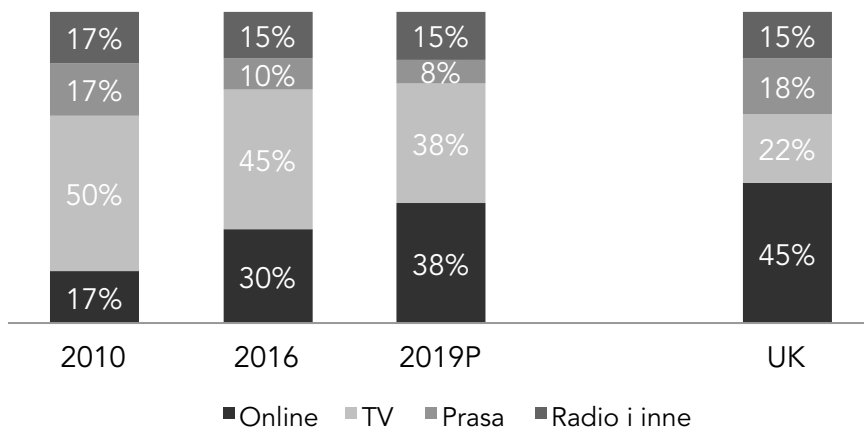


- W USA już dziś video online jest megatrendem, który w ten sam sposób odmieni TV, jak online zmienił prasę
- YouTube i Facebook będą głównymi beneficjentami tej zmiany (zarówno na poziomie widowni jak i monetyzacji)
- Digitalizacja treści video będzie punktem zwrotnym pod kątem automatyzacji zakupu mediów i powiązania ich z danymi

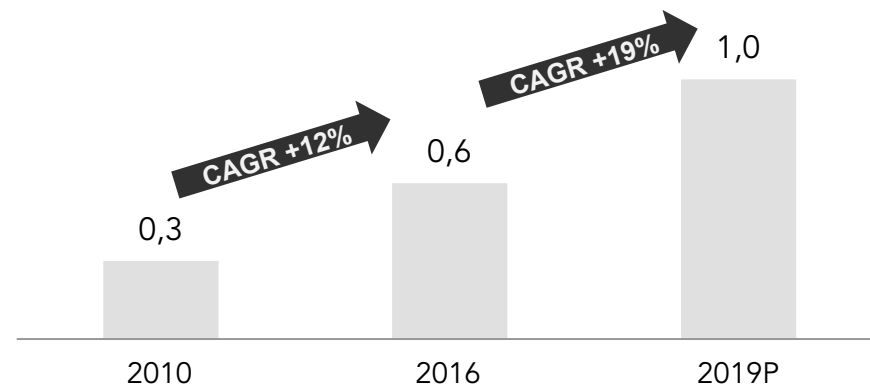
POLSKA NIE BĘDZIE WYJĄTKIEM

do 2020 wydatki na reklamę online wyprzedzą wydatki na telewizję

POLSKI RYNEK REKLAMOWY 2010-2019 VS UK



POLSKI RYNEK REKLAMOWY 2010-2019
SEGMENT ONLINE (mld EUR)

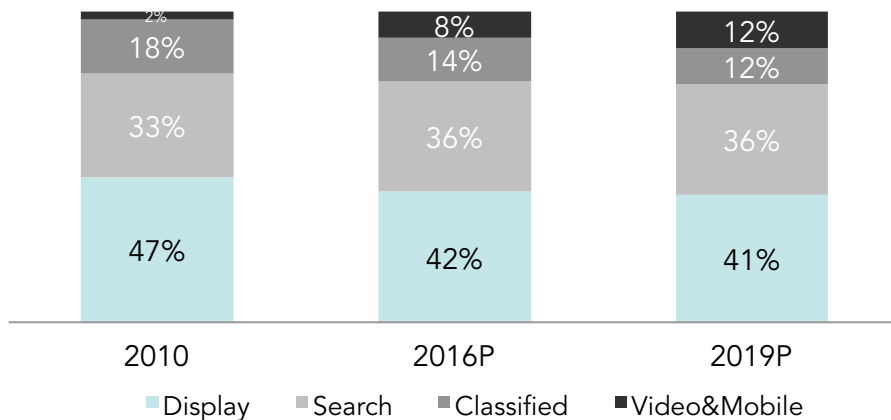


- Według PwC polski rynek reklamy online wzrośnie z 0,3 mld EUR w 2010 do 1,0 mld EUR w 2019
- Polska nadal pozostanie w tyle za pozostałymi rynkami, co przekłada się na dodatkowy potencjał wzrostu
- Rosnąca świadomość reklamodawców co do znaczenia online będzie dodatkowo zwiększała wzrost cen i wydatków
- Najszybciej rosnącym segmentem będzie segment video & mobile z 36% CAGR
- Sam segment video online urośnie do poziomu blisko 0,5 mld PLN już w 2019

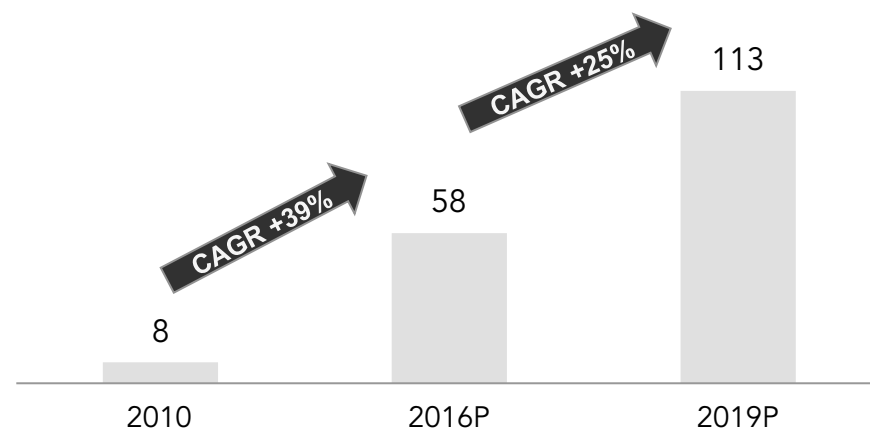
POLSKA NIE BĘDZIE WYJĄTKIEM

segment video online podwoi swoją skalę do 2020

POLSKI RYNEK REKLAMY ONLINE 2010-2019



SEGMENT ONLINE VIDEO (mIn EUR)

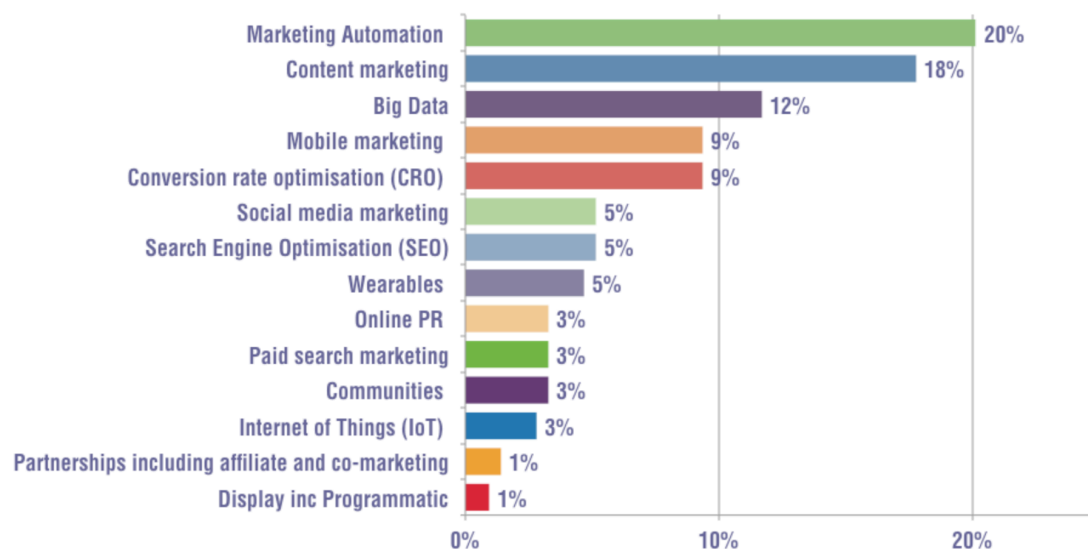


- Do 2019 rynek video stanowić będzie już 12% całych wydatków online, blisko 2x więcej niż w 2015
- Sam YouTube dociera już do 16 mln Polaków, siłą tworzenia treści video jest ich nieinwazyjny charakter, który powoduje że to konsumenci sami go wyszukują i oglądają (pull vs push)
- 87% marketerów używających Content Marketingu korzysta z form video. 76% planuje zwiększyć swoje wydatki na ten cel
- W 2019 wartość samego segmentu video online sięgnie ok. 0,5 mld PLN

REKLAMODAWCY WIDZĄ ZMIANY

klienci inwestują w to, co może najbardziej wpłynąć na ich skuteczność

DZIAŁANIA MARKETINGOWE ONLINE O NAJSILNIEJSZYM WPŁYWIE NA BIZNES WG MARKETERÓW W USA



- Automatyzacja marketingu dzięki nowym technologiom jest megatrendem, w który wpisują się zarówno Content Marketing (video online), jak i wykorzystanie rozwiązań z zakresu BIG DATA
- Cyfrowy charakter nowego marketingu sprawia, że trendy się przenikają. Coraz trudniej rozróżnić segmenty pomiędzy sobą
- Dalsza konwergencja mediów (między innymi Smart TV i DAB) będzie pogłębiać to zjawisko

CO Z TEGO WYNIKA DLA NAS?

trzy trendy, na które musimy być gotowi

#1

Wzrost VIDEO ONLINE zmieni oblicze marketingu, e-commerce i badań. Zmieni się układ sił i modele

#2

Zautomatyzowana analityka BIG DATA będzie krytyczna dla realizacji celów biznesowych przez reklamodawców

#3

Rozwiązania AI / MACHINE LEARNING będą niezbędne, żeby efektywnie i w czasie rzeczywistym odnaleźć się w nowym kontekście

ZAGROŻENIE CZY SZANSA?

OD 2 LAT ROLA MODELI OPARTYCH NA TYCH TRENDACH ROŚNIE W NASZYM BIZNESIE
W 2017-2020 UCZYNIMY Z NICH WIODĄCĄ DZIAŁALNOŚĆ
TO UNIKATOWA SZANSA NA SKOKOWY WZROST MEDIACAP SA

NASZA ODPOWIEDŹ

TRZY KLUCZOWE PLATFORMY TECHNOLOGICZNE

NOWE MODELE BIZNESOWE

oparte na trzech własnych i skalowalnych platformach technologicznych



**PLATFORMA DO AGREGACJI
I ANALIZY DEKLARACYWNYCH
DANYCH KONSUMENCKICH**

**BIG DATA
MACHINE LEARNING**

Obecnie

- Największy panel wiedzy deklaratywnej o konsumentach w PL
- Blisko 100k zarejestrowanych panelistów zostawiających cyklicznie pogłębione dane o swoich zachowaniach i opiniach.
- 700k nowych ankiet i 10 własnych produktów do końca roku

Docelowo

- Szeroka integracja z danymi behawioralnymi innych dostawców
- Komerccjalizacja własnych modeli predykcyjnych
- Rozwiązania w skali CEE w kluczowych segmentach
- Modele sprzedażowe oparte na SaaS, PaaS i CPS



**PLATFORMA
DLA BRANDED CONTENT
I VIDEO ONLINE WATCHTIME**

VIDEO ONLINE

Obecnie

- Top3 dostawca influencer / branded content w PL
- 11 mln PLN sprzedaży do końca roku
- Inventory: 232 mln combined monthly watchtime dzięki 12,5 mln subskrybentów i 57,5 mln views (04/2017)
- 3 własne kanały branded content
- Biura w Warszawie i Sofii

Docelowo

- #1 CEE platforma branded content
- Agregator, producent i koproducent treści video przyjaznych markom
- Efektywny, zautomatyzowany partner w zakresie monetyzacji treści
- Dostawca watchtime i branded content w modelach sprzedażowych opartych na CPC



**PLATFORMA DO ANALIZY
I MONETYZACJI VIDEO ONLINE**

**VIDEO ONLINE
MACHINE LEARNING**

Obecnie

- Jedno z pierwszych na świecie rozwiązań pozwalających na masowe wykorzystanie analityki video dla marketingu i e-commerce
- Faza testów I POC u największych polskich wydawców
- Wdrożone rozwiązania back-end u wiodącego gracza rynku TV (Top3)

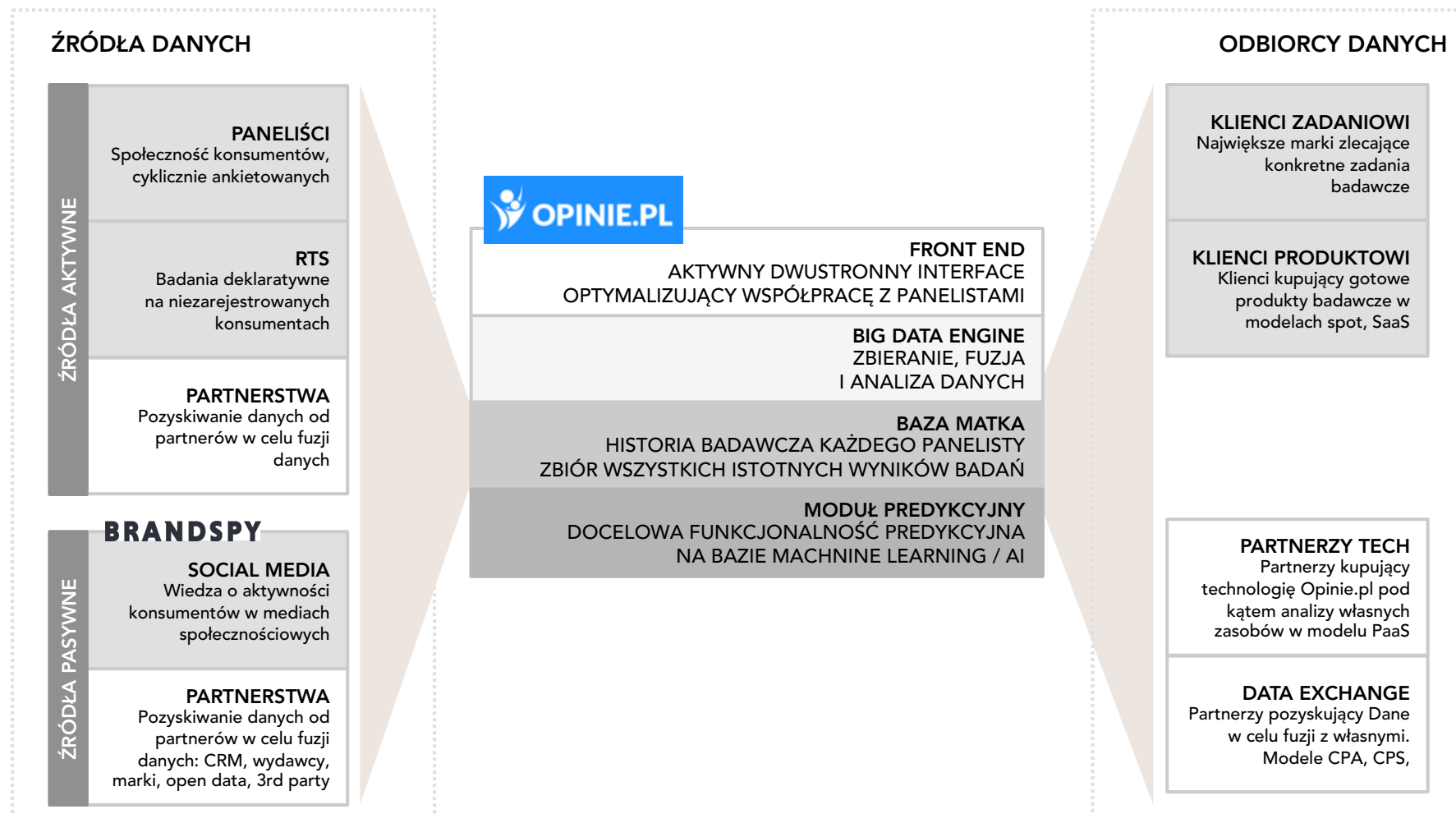
Docelowo

- Wiodące, globalne rozwiązanie w zakresie monetyzacji treści video online pod kątem marketingu i e-commerce
- Światowy zasięg sprzedaży, skierowany do klientów I wydawców klasy Enterprise
- Modele sprzedażowe oparte na SaaS

OPINIE.PL

NAJWIĘKSZA PLATFORMA WIEDZY O KONSUMENTACH W POLSCE

OPINIE.PL: DOCELOWY MODEL DZIAŁANIA

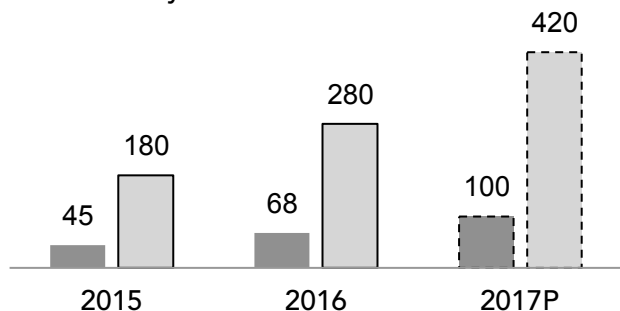


OPINIE.PL: SKALOWANIE & KPIs

PUNKT WYJŚCIA

- Mocny wzrost sumy panelistów i liczby przeprowadzanych ankiet
- Rozwój oferty produktów własnych od 2016 przełoży się na ofertę co najmniej 10 produktów *Need for* jeszcze w tym roku
- Zatrudniony od Q1/17 zespół technologiczny (8 osób) skupiony jest na pełnej automatyzacji platformy
- Zakup BrandSpy i prowadzone rozmowy z partnerami Data zaowocują poszerzeniem źródeł danych i rozbudową skali bazy matki
- Analiza sprzedaży *Need for* pozwoli na określenie planu ich rozwoju w skali CEE oraz uruchomienia modeli sprzedaży SaaS, PaaS

■ liczba użytkowników na koniec roku
□ liczba nowych ankiet



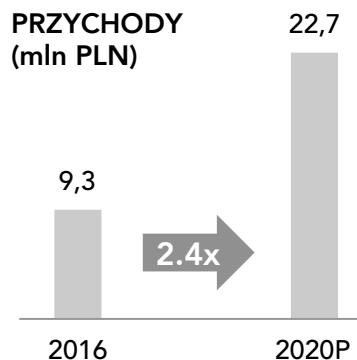
PRZEŁOŻENIE NA WYNIKI

- Założone tempo wzrostu to CAGR 2017-2018 na poziomie co najmniej 25%
- Założona docelowa rentowność EBITDA to co najmniej 25% przychodów (vs 20% w 2016)

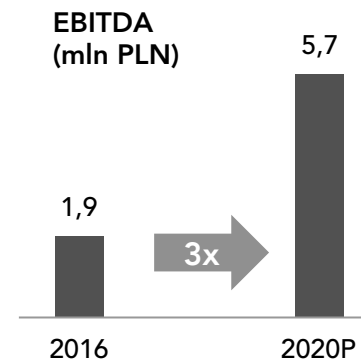
BAZOWA STRATEGIA PRZYNIESIE POTROJENIE EBITDA DZIĘKI POSZERZENIU ŹRÓDEŁ I ODBIORCÓW DANYCH

URUCHOMIENIE SPRZEDAŻY MODELI PREDYKCYJNYCH I DATA EXCHANGE BĘDZIE PODSTAWĄ DO DALSZEJ SKALI I WZROSTU EBITDA

PRZYCHODY
(mln PLN)



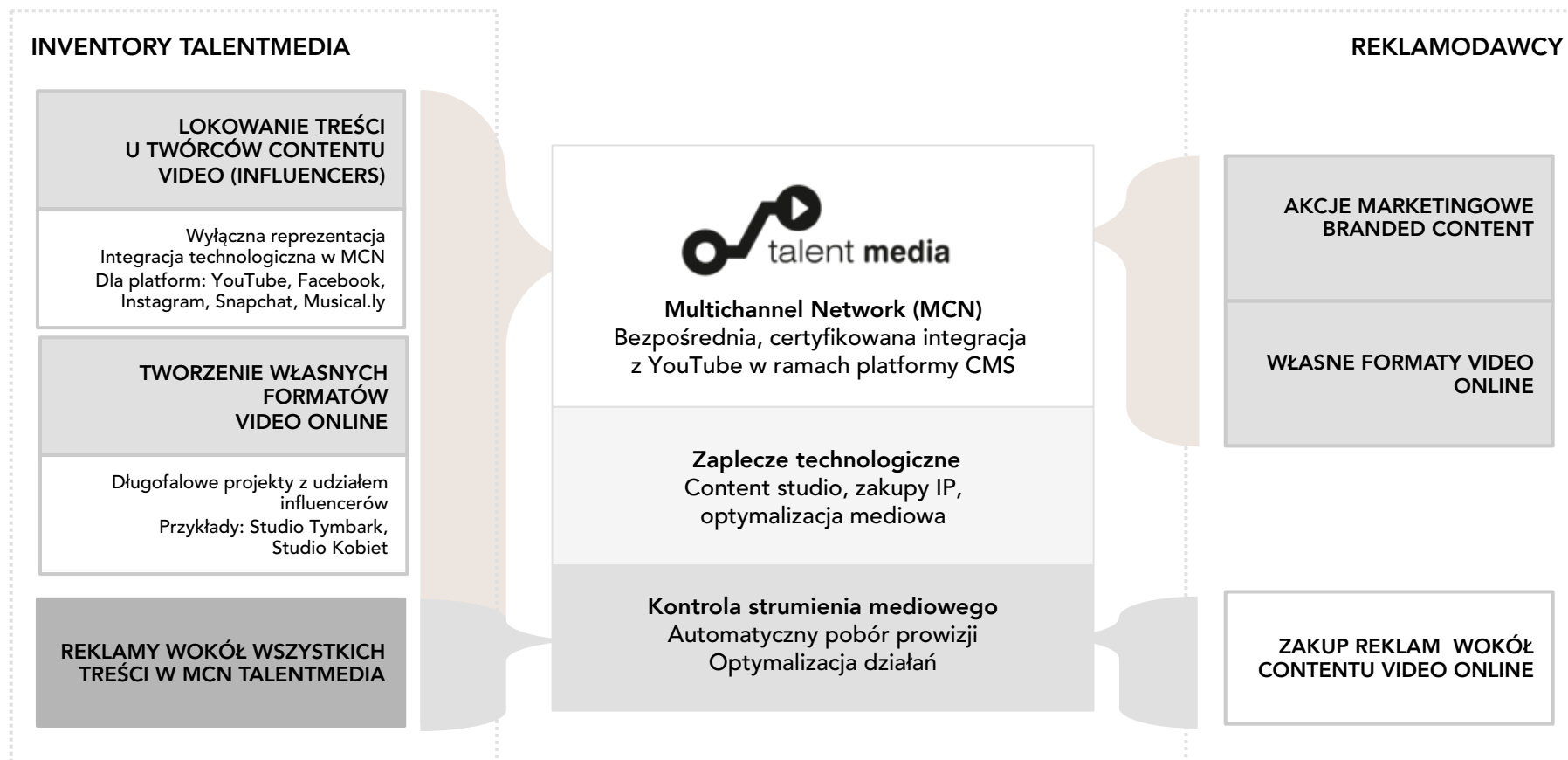
EBITDA
(mln PLN)



TALENTMEDIA

NAJWIĘKSZA PLATFORMA DLA BRANDED CONTENT W REGIONIE CEE

TALENTMEDIA: DOCELOWY MODEL DZIAŁANIA



- Video Online zaciera podział zakup mediów vs content
- Tylko nowoczesny contentowy MCN jest w stanie odpowiedzieć na te nowe potrzeby integracji contentu z reklamą

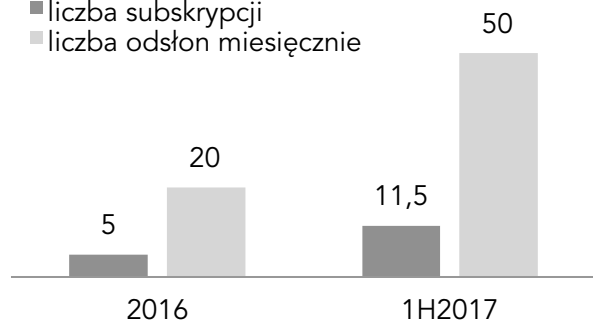
TALENTMEDIA: SKALOWANIE & KPIs

PUNKT WYJŚCIA

- Wiodący MCN w Polsce (Top 3) dysponujący Inventory na wyłączność w skali 232 mln minut watchtime miesięcznie i 12,5 mln subskrybentów
- Od 2016 produkcja pierwszych formatów własnych, plan na realizację kolejnych
- Biura w Warszawie i Sofii
- Przejęcie: 03/2017, 51,1% udziałów za 2,8mln PLN (+ earnout do 1,5mln PLN za realizację celów finansowych 2017/18)

INVENTORY TALENTMEDIA (mln)

- liczba subskrypcji
- liczba odsłon miesięcznie



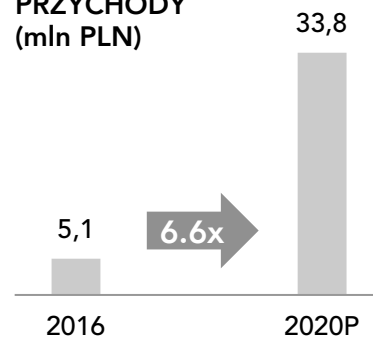
PRZEŁOŻENIE NA WYNIKI

- Założone tempo wzrostu to CAGR 2017-2018 na poziomie co najmniej 80%
- Założona docelowa rentowność EBITDA to co najmniej 15% przychodów (vs 3% w 2016)

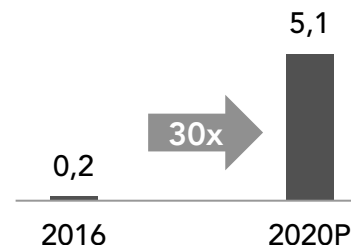
JUŻ W 2017 TALENTMEDIA STANOWIĆ BĘDZIE BLISKO 20% PRZYCHODÓW SEGMENTU MARKETING

ANALIZUJEMY MOŻLIWOŚĆ DALESZEGO PRZYSPIESZENIA WZROSTU INVENTORY PRZEZ AKWIZYCJE I INWESTYCJE ZAGRANICZNE

PRZYCHODY (mln PLN)



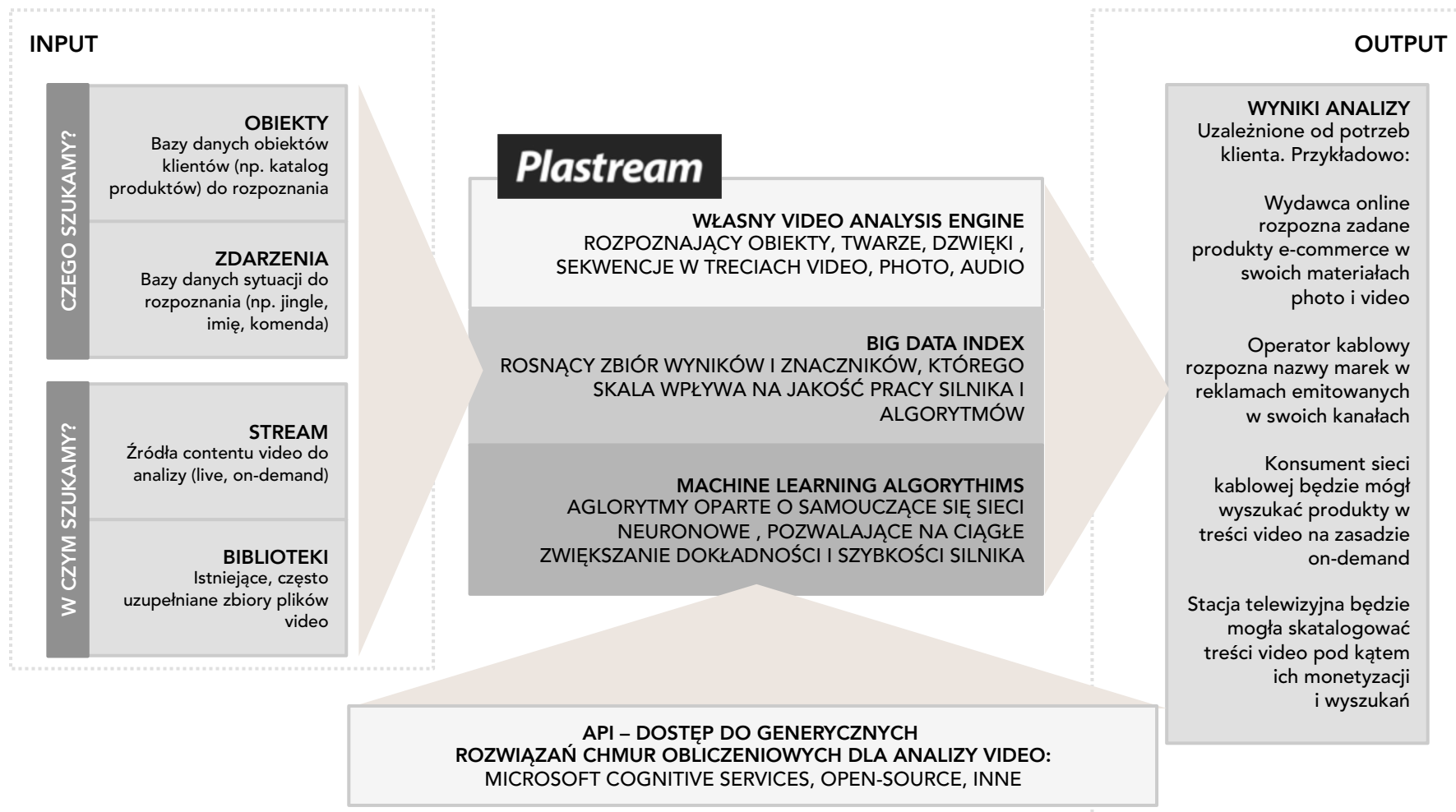
EBITDA (mln PLN)



PLASTREAM

WIODĄCY GRACZ NA ŚWIATOWYM RYNKU ANALITYKI DLA MONETYZACJI VIDEO

PLASTREAM: DOCELOWY MODEL DZIAŁANIA



PLASTREAM: BUDOWA& KPIs

PUNKT WYJŚCIA

- Dedykowany kilkunastoosobowy zespół w Warszawie i Olsztynie pracuje nad rozwiązaniem od przełomu 2015/2016
- Gotowe komponenty w zakresie back-end i storage, obecnie pełne skupienie jest na budowie modułów analitycznych
- Projekty testowe i POC wdrażane u wiodących graczy polskiego rynku mediów
- Rozpoczęcie komercyjnej dystrybucji z ograniczoną funkcjonalnością jeszcze w 2017
- Laureat tytułu Microsoft Best New Partnership 2016
- Reprezentant najlepszych polskich start-up'ów na spotkaniu Satya Nadella z wicepremierem Mateuszem Morawieckim



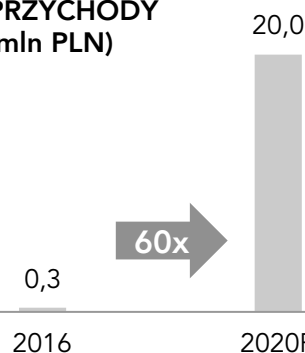
PRZEŁOŻENIE NA WYNIKI

- Zakładamy osiągnięcie przychodów w wysokości 20 mln złotych od 100+ klientów w roku 2020
- Założona docelowa rentowność EBITDA to co najmniej 50% przychodów, dzięki modelowi SaaS-only

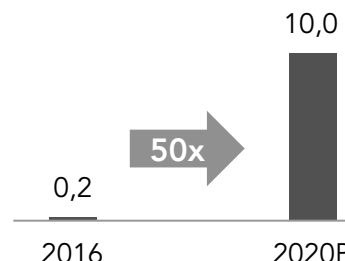
KOMERCJALIZACJA PLASTREAM OD POCZĄTKU
NAKIEROWANA BĘDZIE NA REGION EMEA, A BARDZO
SZYBKO NA CAŁY ŚWIAT

STRATEGICZNA WSPÓŁPRACA Z MICROSOFT POZWOLI
SZYBKO BUDOWAĆ ZASIĘG SPRZEDAŻOWY

PRZYCHODY
(mln PLN)



EBITDA
(mln PLN)



CEL 2020
SKALOWALNE
TECHNOLOGIE
GENERUJĄCE
21 MLN PLN
EBITDA

2020: WSPÓLNY IMPAKT NOWYCH MODELI



PLATFORMA DO AGREGACJI
I ANALIZY DEKLARATYWNYCH DANYCH
KONSUMENCKICH

BIG DATA
MACHINE LEARNING
ZASIĘG: POLSKA + CEE



PLATFORMA
DLA BRANDED CONTENT
I VIDEO ONLINE WATCHTIME

VIDEO ONLINE
BIG DATA
ZASIĘG: CEE



PLATFORMA DO ANALIZY
I MONETYZACJI VIDEO ONLINE

VIDEO ONLINE
MACHINE LEARNING
ZASIĘG: EMEA + GLOBAL

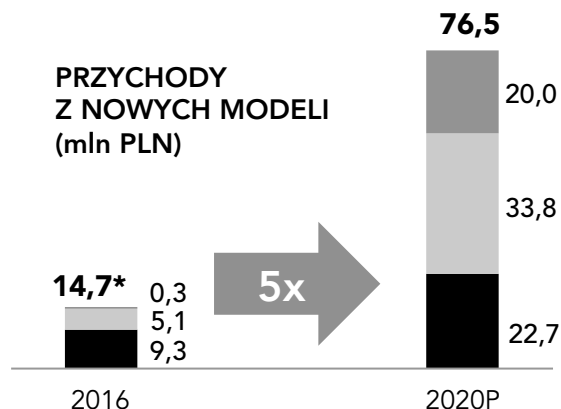
WIODĄCA ROLA NOWYCH MODELI

51% CAGR PRZYCHODÓW (2016-2020)
27% RENTOWNOŚCI EBITDA (2020)
ZASIĘG GLOBALNY

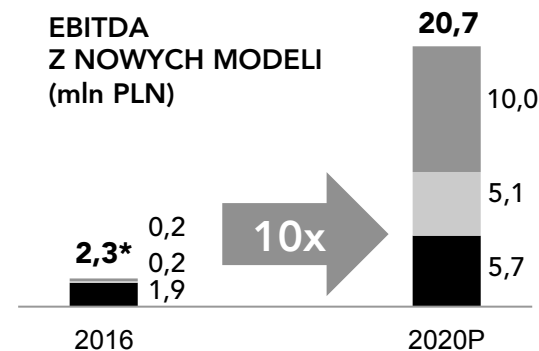
SKALOWALNY BIZNES STOJĄCY
NA TRZECH MEGATRENDACH:

- VIDEO ONLINE
- BIG DATA
- MACHINE LEARNING

PRZYCHODY
Z NOWYCH MODELI
(mln PLN)



EBITDA
Z NOWYCH MODELI
(mln PLN)



*dane pro forma

2020: TRANSFORMACJA MEDIACAP SA

MEDIACAP SA: WIODĄCY BIZNES CONSULTINGOWY

- 7 lat skutecznej przemiany z małej firmy w wiodącego polskiego gracza na rynku marketingu
- Kapitał ludzi w postaci 260 wysoko wykwalifikowanych pracowników i współpracowników
- Współpraca z blisko 300 klientami klasy Enterprise – największymi reklamodawcami w PL
- Multibrandowa strategia pozwalająca podkreślić specjalistyczne kompetencje
- One-stop-shop: szeroka oferta usług z zakresu Marketingu i Data
- Zdywersyfikowany akcjonariat z rosnącym udziałem inwestorów instytucjonalnych i free float
- Akcje notowane na rynku regulowanym GPW od 08/2016

**STABILNE PRESPEKTYWY DLA BIZNESÓW
CONSULTINGOWYCH PRZEŁOŻĄ SIĘ NA POWTARZALNE
ŹRÓDŁO CASH FLOW W LATACH 2017-2020**

**GŁÓWNY NACISK W TYCH AKTYWACH POŁOŻONY NA
AUTOMATYZACJĘ PROCESOWĄ**

MEDIACAP SA: SILNY GRACZ TECHNOLOGICZNY

- Wiodąca rola skalowalnych modeli technologicznych w przychodach i zyskach
- Silne wykorzystanie nowych technologii: MACHINE LEARNING i CLOUD
- Poszerzenie obszaru działania na rynki CEE, EMEA i GLOBAL
- Wejście w efektywnościowe i abonamentowe modele rozliczeniowe (CPA, CPC, SaaS, PaaS)

**W CIĄGU 3 LAT ZMIENIMY SIĘ
W FIRMĘ TECHNOLOGICZNĄ
O ZASIĘGU MIĘDZYNARODOWYM**

**MODELE KTÓRE ZESKALUJEMY
SKOKOWO (5x TOPLINE, 10x EBITDA)
OTWORZĄ PERSPEKTYWY
NA DAJSZY DYNAMICZNY ROZWÓJ**

KONTAKT

MEDIACAP

Ul. Mangalia 2A, 02-758 Warszawa
Kapitał zakładowy Spółki: 806 377,10 PLN
NIP 521-27-93-367, KRS: 0000302232
www.mediacap.pl

RELACJE INWESTORSKIE

Agata Dzięciołowska
CC Group
+48 606 205 119
a.dzieciolowska@ccgroup.com.pl