



Inwestorzy objęli wszystkie oferowane akcje The Dust Wartość oferty wyniosła ponad 2,6 mln zł

Zarząd The Dust, wspólnie z akcjonariuszami sprzedającymi, dokonał przydziału akcji nowej emisji oraz akcji sprzedawanych w ramach Oferty Publicznej. Inwestorzy objęli wszystkie oferowane 220 tys. akcji, po cenie 12 zł – również cenie maksymalnej. Wartość całej Oferty wyniosła ponad 2,6 mln zł. Jednocześnie Spółka rozpoczyna działania zmierzające do wprowadzenia akcji na NewConnect.

The Dust specjalizuje się w produkcji gier na urządzenia mobilne w dwóch modelach: gry reklamowe na zlecenie (tzw. advergaming) oraz gry własne dystrybuowane w modelu F2P (free-to-play). Środki pozyskane od inwestorów zostaną przeznaczone na dalszy rozwój Spółki, w szczególności na ekspansję na rynku gier F2P oraz międzynarodowy rozwój segmentu gier reklamowych.

- Oferta akcji naszej spółki spotkała się z dużym zainteresowaniem inwestorów, którzy zapisali się na wszystkie akcje dostępne w Ofercie Publicznej, a jej wartość przekroczyła 2,6 mln zł. Dzięki emisji nowych akcji i pozyskaniu środków od inwestorów będziemy mogli kontynuować dynamiczny rozwój firmy. Naszym celem strategicznym jest rozwój segmentu gier własnych, dzięki któremu możemy kilkakrotnie zwiększyć skalę działalności i osiągnąć wyniki finansowe. – powiedział Jakub Wolff, Prezes Zarządu The Dust.

Oferta publiczna obejmowała 220.000 akcji, z czego 145.000 stanowiły akcje nowej emisji serii C, a kolejne 75.000 to istniejące akcje serii B. Inwestorom Indywidualnym przydzielono 133.800 akcji, natomiast w transzy Dużych Inwestorów przydzielono 86.200 akcji. Jednocześnie The Dust rozpoczyna działania związane z rejestracją akcji oraz wprowadzeniem ich na rynek NewConnect. Oferującym akcje był Polski Dom Maklerski, w konsorcjum uczestniczyły również Millennium Dom Maklerski oraz Dom Maklerski Capital Partners.

- Szczególnie cieszy nas zainteresowanie ze strony inwestorów indywidualnych, którzy są również potencjalnymi odbiorcami naszych gier. Plan na ten rok zakłada premierę trzech gier własnych w modelu free-to-play, pierwszą z nich Call of Dead: The Last Zombie Plague udostępniłmy na urządzenia z systemem Android na początku września. Jednocześnie nie zapominamy o advergamingu, który generuje istotne i przewidywalne wyniki finansowe. Pozycja lidera na polskim rynku oraz zaawansowane plany ekspansji w Zachodniej Europie i USA sprawiają, że również w tym segmencie spodziewamy się znaczących wzrostów. – dodał Jakub Wolff.

W 2017 r. do graczy trafią trzy produkcje własne The Dust dystrybuowane w modelu free-to-play. Plan tegorocznych premier obejmuje również New York Dead Island oraz Galactic Soldier, czyli shooter osadzony w świecie sci-fi.

Zapraszamy do zapoznania się z trailerem Cal of Dead: The Last Zombie Plague:

<https://www.youtube.com/watch?v=ILcMN5VF8fg>



W I półroczu 2017 r. przychody ze sprzedaży The Dust wyniosły 625 tys. zł, co oznacza dwukrotny wzrost w porównaniu z przychodami w całym 2016 r. Zysk netto wynosił 399 tys. zł i był ponad 5-krotnie wyższy niż w całym 2016 r., kiedy wyniósł 73 tys. zł.

O Spółce

The Dust S.A. to deweloper gier mobilnych na platformy Android, iOS i Windows. Spółka produkuje gry w dwóch modelach: produkcje na zlecenie oraz gry własne dystrybuowane w modelu F2P (free-to-play). The Dust specjalizuje się w produkcji gier reklamowych (tzw. advergaming) na zlecenie klientów korporacyjnych. Zrealizowała już ponad 20 produkcji na zlecenie klientów, wśród których można wyróżnić Microsoft oraz Maspex (marki Tymbark, Kubuś, Lubella). Spółka intensywnie rozwija produkcję gier własnych, aktualnie pracując nad 3 nowymi tytułami, które będą mieć premierę jeszcze w 2017 r. Wśród wcześniejszych produkcji można wyróżnić The Last Run – Dead Zombie Shooter. Spółka zdobyła wiele istotnych nagród i wyróżnień branżowych, m.in. Golden Arrow, Mobile Trends, Impactor.

Strategia rozwoju The Dust zakłada rozwój działalności w segmencie gier własnych w modelu F2P. Przychody z produkcji własnych mają wzrosnąć z 10% w 2016 r. do około 70% w 2019 r., przy zachowaniu ciągłości i dalszym rozwoju w zakresie produkcji na zlecenie. Obecnie Spółka planuje ekspansję zagraniczną segmentu advergamingowego, a działania sprzedażowe ruszą w ciągu najbliższych miesięcy. The Dust zamierza również wykorzystać w swoich grach technologie VR (wirtualna rzeczywistość) i AR (rozszerzona rzeczywistość). Już teraz Spółka realizuje produkcje z wykorzystaniem najnowszych technologii zlecone przez klientów korporacyjnych.

Więcej informacji na temat The Dust znaleźć można na stronie www.thedust.pl

Dodatkowych informacji udzielają:

Mateusz Paradowski
InnerValue Investor Relations
m.paradowski@innervalue.pl
+48 516 089 279

Krzysztof Mazur
InnerValue Investor Relations
k.mazur@innervalue.pl
+48 530 637 972