



BLOOBER TEAM S.A.

Raport kwartalny za I kwartał 2012 roku

Kraków, dnia 9 maja 2012 roku

SPIS TREŚCI

1. Podstawowe informacje o Spółce.....	3
2. Wybrane dane finansowe z bilansu na dzień 31 marca 2012 roku oraz z rachunku zysków i strat za I kwartał 2012 roku wraz z okresami porównywalnymi	4
3. Komentarz zarządu Spółki na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe.....	5
4. Informacja zarządu Spółki na temat aktywności, jaką w okresie objętym raportem Emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności.....	6
5. Stanowisko zarządu Spółki odnośnie do możliwości zrealizowania podanych do publicznej wiadomości prognoz wyników na rok 2012 w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie kwartalnym za I kwartał 2012 roku	7

1. Podstawowe informacje o Spółce

Firma	Bloober Team spółka akcyjna
Skrót firmy	Bloober Team S.A.
Siedziba	Kraków
Adres siedziby	ul. Cystersów 9, 31-553 Kraków
Telefon	+ 12 35 38 555
Faks	+ 12 34 15 842
Adres poczty elektronicznej	ir@blooberteam.com
Strona internetowa	blooberteam.com
NIP	676-238-58-17
REGON	120794317
Sąd rejestrowy	Sąd Rejonowy dla Krakowa- Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
KRS	0000380757
Kapitał zakładowy	<p>Kapitał zakładowy wynosi 133 078,90 zł i dzieli się na:</p> <p>a) 1 020 000 akcji zwykłych na okaziciela serii A, o wartości nominalnej 0,10 zł każda;</p> <p>b) 88 789 akcji zwykłych na okaziciela serii B, o wartości nominalnej 0,10 zł każda;</p> <p>c) 222 000 akcji zwykłych na okaziciela serii C, o wartości nominalnej 0,10 zł każda.</p>

ORGANY SPÓŁKI	
Zarząd	Piotr Babieno – Prezes Zarządu
	Piotr Bielatowicz – Wiceprezes Zarządu
Rada Nadzorcza	Dominik Majewski
	Roman Wąsikiewicz
	Dariusz Orłowski
	Krzysztof Bełech
	Tomasz Zawidowski

2. Wybrane dane finansowe z bilansu na dzień 31 marca 2012 roku oraz z rachunku zysków i strat za I kwartał 2012 roku wraz z okresami porównywalnymi

Wyszczególnienie (w zł)	2010.12.31	2011.03.31	2011.12.31	2012.03.31
Kapitał (fundusz) własny	1 354 787,55	1 888 197,61	7 486 998,79	7 244 914,62
Należności długoterminowe	-	-	-	-
Należności krótkoterminowe	48 805,82	40 594,85	117 122,13	168 547,18
Środki pieniężne i inne aktywa finansowe	393 387,74	93 050,47	1 617 311,83	903 222,51
Zobowiązania długoterminowe	-	-	-	-
Zobowiązania krótkoterminowe	1 391 468,38	1 236 225,02	131 007,08	248 694,60

Wyszczególnienie (w zł)	01.01.2011- 31.03.2011	01.01.2012- 31.03.2012
Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi	73 130,22	602 624,71
Amortyzacja	8 729,65	15 691,53
Zysk (strata) ze sprzedaży	-96 167,94	-301 870,42
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-92 793,44	-301 870,06
Zysk (strata) brutto	233 410,06	-247 598,90
Zysk (strata) netto	233 410,06	-247 598,90

3. Komentarz zarządu Spółki na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe

Raport przedstawiony przez Emitenta obejmuje pierwszy kwartał 2012 roku. Z punktu widzenia przedsięwzięć podejmowanych przez Spółkę i jej aktywności był to okres intensywnej produkcji oraz prowadzenia kampanii promocyjnej produktu *A-men* przeznaczonego na konsolę *PlayStation Vita* marki Sony. Premiera produkcji nastąpiła w Europie 22 lutego 2012 roku co wiązało się po stronie Spółki ze znacznymi nakładami poczynionymi na poczet przyszłych zysków. Należy podkreślić, że tego typu schemat budżetowania w branży gier jest charakterystyczny dla branży deweloperskiej w segmencie gier, który charakteryzuje się dużymi nakładami poniesionymi na produkcję oraz długim czasem osiągnięcia zysków, który nie wiąże się już z ponoszeniem kosztów.

Nakłady poniesione przez Emitenta w okresie objętym raportem obejmują przede wszystkim wysokie koszty produkcji oraz marketingu produktu. Wydatki poniesione na produkcję wynikały, w dużej mierze z faktu, że gra *A-men* przygotowywana była na najnowszą, a tym samym nieznaną wcześniej pod względem technologicznym, platformę *PlayStation Vita*. Proces produkcji wydłużył się w czasie z uwagi na nowatorstwo całego przedsięwzięcia.

Wydatki poniesione na marketing produktu determinowane były warunkami rynkowymi, w których odbywała się premiera *A-men*. Należy podkreślić, że gra debiutowała jako tzw. *tytuł launch'owy* (startowy) nowej konsoli spod szyldu *PlayStation* wspólnie z najważniejszymi przedstawicielami branży deweloperskiej na świecie. Debiut w gronie najistotniejszych tytułów przede wszystkim ustawił Emitenta w ekskluzywnym gronie i otworzył możliwości budowania marki. Należy jednak zauważyć, że z drugiej strony, spowodował konieczność konkurowania o konsumenta z największymi i najważniejszymi przedstawicielami branży.

Jednocześnie należy podkreślić, że kampania promocyjna i marketingowa była zogniskowana wokół rynku polskiego i europejskiego, w szczególności promocja na rynku europejskim była niezwykle wymagającym i kosztownym przedsięwzięciem z uwagi na fakt, że Emitent jest samodzielnym wydawcą swojej gry w dystrybucji cyfrowej. Decyzja o takiej formie prowadzenia sprzedaży i marketingu była jednak celowym zabiegiem Emitenta, który w swojej strategii promocyjnej zdecydował się na podjęcie dwóch głównych ofensyw marketingowych: (1) pierwszą część - samodzielną prowadzoną przed debiutem gry w na platformie cyfrowej dystrybucji *PlayStation Network*, i (2) drugą część - prowadzoną przez partnera handlowego (wydawcę *TopWare*) przed debiutem rozszerzonej i urozmaiconej wersji detalicznej (*pudełkowej*) gry. Taki zabieg pozwolił Emitentowi na osiągnięcia znacznej części zysków ze sprzedaży detalicznej na rynku europejskim oraz dzielonych zysków ze sprzedaży detalicznej, poprzez dłuższą i rozłożoną w czasie kampanię promocyjną.

4. Informacja zarządu Spółki na temat aktywności, jaką w okresie objętym raportem Emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności

Dla I kwartału 2012 roku kluczowym wydarzeniem była premiera najnowszej gry Emitenta na PlayStation Vita.

Przygotowanie do debiutu produkcji związane były z dużym zaangażowaniem Emitenta w działalność marketingową i promocyjną. Poza działaniami własnymi przy promocji gry, Spółka korzystała ze wsparcia zarówno krajowej, jak i zagranicznej firmy marketingowej. Dzięki temu, ukazanie się gry uzyskało szeroki rozgłos na całym świecie. Recenzje A-men publikowały nie tylko media anglojęzyczne, ale również czołowe pisma i platformy branżowe z Hiszpanii, Francji, Włoch, Niemiec, a także Holandii czy Czech. Promocja obejmowała również wystąpienie przedstawicieli Emitenta oraz wywiady udzielane mediom branżowym, jak i popularnym.

Spółka pozyskała również wydawcę dla gry A-men na rynku amerykańskim oraz dla wersji pudełkowej produkcji w Europie. Spółka TopWare Interactive, będąca jednym z czołowych przedstawicieli tego segmentu gier wideo, zawarła umowę z Bloober Team S.A. dnia 7 marca, podczas targów GameConnection America w San Francisco. TopWare Interactive będzie odpowiedzialny za kampanię reklamową gry, zgodnie z zapisami umowy z dnia 7 marca, wydawca zobowiązał się zaangażować znaczne środki finansowe na promocję tytułu. Zgodnie z zapowiedziami TopWare, premiera A-men w USA będzie miała miejsce pod koniec II kwartału 2012 roku.

W I kwartale zespół Emitenta rozpoczął pracę nad rozwojem tytułu A-men. Nowa odsłona gry, wzbogacona zostanie o nowe funkcjonalności i dodatki, w tym tryb multi player. Relaunch gry jest planowany również na koniec drugiego kwartału br.

Omawiając aktywność Emitenta w omawianym okresie rozliczeniowym, nie można zapomnieć o udziale przedstawicieli Spółki w targach GameConnection America w San Francisco. Podczas tego wydarzenia branżowego nie tylko doszło do zawarcia umowy z TopWare, o której mowa poniżej, ale także Spółka nawiązała szereg kontaktów handlowych z największymi światowymi wydawcami, które, w ocenie Emitenta, mają duże szanse przełożyć się na podjęcie w przyszłości długoterminowej współpracy.

Poza premierą gry A-men, Bloober Team S.A. wprowadziła na rynek w I kwartale także mniejszą produkcję – Double Bloob w wersji na platformę DSiWare marki Nintendo. Tytuł, do niedawna dostępny jedynie w USA, ukazał się w styczniu na rynku europejskim.

Również spółka zależna iFun4all sp. z o.o., w której Bloober Team S.A. ma 100% udziałów, rozpoczęła sprzedaż na rynku europejskim swojej kolejnej produkcji. Gra Fish Tank od dnia 5 stycznia 2012 roku dostępna jest dla graczy z Europy w wersji na platformę Nintendo Wii.

iFun4all nawiązała także współpracę z niemieckim wydawcą gier cyfrowych Immanitas Entertainment GmbH. Zawarta umowa wydawnicza dotyczy dystrybucję produkcji Fish Tank w wersji Apple iOS na, przede wszystkim, terytoriach niemieckojęzycznych: Niemcy, Austria i Szwajcaria, a ponadto także Tajlandia.

5. Stanowisko zarządu Spółki odnośnie do możliwości zrealizowania podanych do publicznej wiadomości prognoz wyników na rok 2012 w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie kwartalnym za I kwartał 2012 roku

Emitent nie publikował prognoz wyników finansowych na 2012 rok.