



# BLOOBER TEAM S.A.

---

Raport kwartalny za II kwartał 2012 roku

Kraków, dnia 9 sierpnia 2012 roku

## **SPIS TREŚCI**

1. Podstawowe informacje o Spółce .....	3
2. Wybrane dane finansowe z bilansu na dzień 30 czerwca 2012 roku oraz z rachunku zysków i strat za II 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 II kwartał 2012 roku .....	6

## 1. Podstawowe informacje o Spółce

<b>Firma</b>	<b>Bloober Team spółka akcyjna</b>
<b>Skrót firmy</b>	Bloober Team S.A.
<b>Siedziba</b>	Kraków
<b>Adres siedziby</b>	ul. Cystersów 9, 31-553 Kraków
<b>Telefon</b>	+ 12 35 38 555
<b>Faks</b>	+ 12 34 15 842
<b>Adres poczty elektronicznej</b>	ir@blooberteam.com
<b>Strona internetowa</b>	blooberteam.com
<b>NIP</b>	676-238-58-17
<b>REGON</b>	120794317
<b>Sąd rejestrowy</b>	Sąd Rejonowy dla Krakowa- Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
<b>KRS</b>	0000380757
<b>Kapitał zakładowy</b>	<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>

<b>ORGANY SPÓŁKI</b>	
<b>Zarząd</b>	Piotr Babieno – Prezes Zarządu
	Piotr Bielatowicz – Wiceprezes Zarządu
<b>Rada Nadzorcza</b>	Dominik Majewski
	Krzysztof Bełech
	Jowita Babieno
	Łukasz Babieno
	Przemysław Bielatowicz
	Radosław Gorączko

## 2. Wybrane dane finansowe z bilansu na dzień 30 czerwca 2012 roku oraz z rachunku zysków i strat za II kwartał 2012 roku wraz z okresami porównywalnymi

<b>Wyszczególnienie (w zł)</b>	<b>2011-03-31</b>	<b>2011-06-30</b>	<b>2012-03-31</b>	<b>2012-06-30</b>
Kapitał (fundusz) własny	1 888 197,61	7 292 212,46	7 244 914,62	7 209 580,13
Należności długoterminowe	-	-	-	-
Należności krótkoterminowe	40 594,85	110 577,81	168 547,18	273 318,93
Środki pieniężne i inne aktywa finansowe	93 050,47	4 073 252,27	903 222,51	460 718,54
Zobowiązania długoterminowe	-	-	-	-
Zobowiązania krótkoterminowe	1 236 225,02	556 578,56	248 694,60	213 024,44

<b>Wyszczególnienie (w zł)</b>	<b>01.04.2011- 30.06.2011</b>	<b>01.01.2011- 30.06.2011</b>	<b>01.04.2012- 30.06.2012</b>	<b>01.01.2012- 30.06.2012</b>
Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi	352 707,99	425 838,21	365 561,08	968 185,79
Amortyzacja	5 649,31	14 378,96	14 319,55	30 011,08
Zysk (strata) ze sprzedaży	- 113 995,70	- 210 163,64	-87 992,58	-389 863,00
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	- 121 182,49	- 213 975,93	-87 992,51	-389 862,57
Zysk (strata) brutto	-109 474,33	123 935,73	-35 334,49	-282 933,39
Zysk (strata) netto	-109 474,33	123 935,73	-35 334,49	-282 933,39

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

Raport przedstawiony przez Emitenta obejmuje drugi kwartał 2012 roku. Z punktu widzenia przedsięwzięć podejmowanych przez Spółkę i jej aktywności był to okres intensywnej kampanii promocyjnej produktu *A-men* przeznaczonego na konsolę *PlayStation Vita* marki Sony. Z jednej strony Spółka nadal starała się kontynuować działania marketingowe na rynku japońskim oraz europejskim, a z drugiej przygotować się do startu gry na rynku amerykańskim.

Nakłady poniesione przez Emitenta w okresie objętym raportem obejmują przede wszystkim wysokie koszty produkcji gry na kolejny rynek (amerykański) 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. Dodatkowo spółka ponosiła koszty związane z przygotowaniem wersji gry *A-men* na konsolę *PlayStation 3 (PSN)*.

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.

Jednocześnie należy podkreślić, że Emitent jest samodzielnym wydawcą swojej gry w dystrybucji cyfrowej w Europie. 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 pozwoli 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, jak również na wydanie gry na launch konsoli co było kluczem do uzyskania kluczowej pozycji na rynku deweloperów gier – co powinno być widoczne w wynikach za 2 półrocze 2012 roku.

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

Dla II kwartału 2012 roku kluczowym wydarzeniem było przygotowanie amerykańskiej premiery najnowszej gry Emitenta na *PlayStation Vita*. Jednocześnie, mając świadomość nie najlepszych wyników sprzedażowych samej platformy *PS Vita*, Bloober Team znacznie przyspieszył realizację innych projektów aby zwiększyć sprzedaż w 2 półroczu jak również wzmocnić markę *A-men*. Już na przełomie 3 i 4 kwartału na rynek powinna trafić gra *A-men* w wersji na konsolę *PlayStation 3*, a warto dodać, że spółka prowadzi pre-produkcję również innych tytułów.

Ponadto Emitent, reagując na trendy w produkcji gier, zmienił proces produkcji i sprzedaży swoich gier. Począwszy od drugiego kwartału 2012 r. Bloober Team sprzedaje projekty na etapie ich koncepcji i prototypów, a do samej produkcji przystępuje po zawarciu umów z wydawcami na produkcję i dystrybucję konkretnego tytułu. Skutkiem tego jest większa elastyczność produkcji – możliwość prezentowania licznych pomysłów wydawcom i produkowanie wybranych oraz mniejsze ryzyko niepowodzenia produktów (wydawcy są także weryfikatorem konceptów pod kontem oczekiwań odbiorców, nasilenia konkurencji, mód i trendów na rynku).

Efektem tych działań były nowe koncepty, które Emitent przedstawiał na największych targach gier - E3 w Los Angeles, na których przedstawiciele Bloober Team SA byli na początku czerwca 2012 r. a także podczas późniejszych kontaktów z wydawcami, głównie amerykańskimi i europejskimi, które już wkrótce powinny zaowocować umowami handlowymi na nowe projekty. Bloober Team SA dzięki swej specjalizacji w wysokiej jakości grach 2D już teraz jest jednym z najczęściej rozpatrywanych partnerów biznesowych dla wielu światowych wydawców. Drugie półrocze 2012 roku powinno być plonem realizowanych przez spółkę działań produkcyjnych i handlowych.

#### **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 II kwartał 2012 roku**

Emitent nie publikował prognoz wyników finansowych w 2012 roku.