



Digital Bros S.p.A.

Relazione al 31 dicembre 2004

Primo semestre esercizio 2004/2005

INDICE

Organi sociali	3
Note di commento ai risultati trimestrali	4
<i> Criteri applicati nella redazione della situazione trimestrale consolidata</i>	4
<i> Criteri di stima adottati</i>	5
<i> Suddivisione delle attività del gruppo</i>	6
<i> Analisi dell'andamento dei ricavi delle vendite e delle prestazioni</i>	10
<i> Andamento dei margini reddituali</i>	16
<i> Investimenti effettuati nel semestre</i>	19
<i> Posizione finanziaria netta</i>	20
<i> Evoluzione prevedibile della gestione</i>	21
Stato patrimoniale consolidato	22
Conto economico consolidato (6 mesi)	23
Stato patrimoniale Digital Bros S.p.A.	24
Conto economico Digital Bros S.p.A. (6 mesi)	25
Conto economico consolidato (3 mesi)	26
Conto economico Digital Bros S.p.A. (3 mesi)	27

ORGANI SOCIALI

Consiglio di Amministrazione

Presidente ed Amministratore Delegato

Abramo Galante

Amministratore Delegato

Raffaele Galante

Consiglieri

Martial Chaillet (*), Davide Galante, Sem Bruno Moioli, Bruno Soresina (**), Dario Treves, Sergio Treves (**)

(*) Consigliere non esecutivo

(**) Consiglieri indipendenti

Il Presidente e l'Amministratore Delegato sono dotati in forma disgiunta dei poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione

Collegio Sindacale

Sindaci Effettivi

Dott. Franco Gaslini, Presidente del Collegio Sindacale, Sindaco Effettivo

Dott. Giovanni Giovannini, Sindaco Effettivo

Dott. Paolo Villa, Sindaco Effettivo

Sindaci Supplenti

Alessandro Carducci Artemisio, Sindaco Supplente

Marcello Priori, Sindaco Supplente

Entrambi gli organi sociali restano in carica per tre esercizi sino all'approvazione del bilancio d'esercizio 2004/2005

Società di revisione

L'Assemblea del 5 marzo 2004 ha conferito l'incarico alla Reconta Ernst & Young S.p.A. per il triennio 2004-2006



Note di commento relative ai dati trimestrali consolidati della Digital Bros S.p.A. al 31 dicembre 2004

Criteri applicati nella redazione della situazione trimestrale consolidata

I criteri utilizzati nella redazione della situazione trimestrale consolidata al 31 dicembre 2004 sono omogenei a quelli utilizzati dalla società per la redazione del bilancio d'esercizio consolidato al 30 giugno 2004, nonché a quelli utilizzati per la predisposizione della relazione semestrale consolidata al 31 dicembre 2003.

Le società controllate incluse nell'area di consolidamento al 31 dicembre 2004 sono le medesime incluse al 30 giugno 2004, e sono in dettaglio:

Società	Sede	Capitale Sociale	% posseduta	Metodo
Digital Bros S.p.A.	Milano	5.388.058 Euro	Capogruppo	Integrale
Game Network On Line S.r.l.	Milano	100.000 Euro	100%	Integrale
Game Network S.r.l.	Milano	100.000 Euro	100%	Integrale
Ad1 S.r.l. (1)	Milano	10.000 Euro	100%	Integrale
Game Service S.r.l.	Milano	50.000 Euro	100%	Integrale

(1) Trattasi di partecipazione indiretta attraverso la controllata Game Network S.p.A.

Le sole variazioni intervenute rispetto al 30 giugno ultimo scorso riguardano:

- l'aumento del capitale sociale della Game Network On Line S.r.l. passato da 84.450 Euro a 100.000 Euro;
- la riduzione del capitale sociale della Game Network passato da un milione di Euro a 100.000 Euro con la contestuale trasformazione della società da Società per azioni a Società a Responsabilità Limitata.

I dati patrimoniali e finanziari riportati nei prospetti contabili allegati sono confrontati con i rispettivi valori risultanti dal bilancio al 30 giugno 2004. Per meglio raffigurare l'andamento delle principali voci patrimoniali, in virtù della stagionalità che caratterizza le attività sociali i dati patrimoniali al 31 dicembre 2004 sono stati altresì raffrontati con i rispettivi valori al 31 dicembre 2003.

I dati economici al 31 dicembre 2004, e relativi al primo semestre dell'esercizio sociale, sono stati confrontati con i relativi valori alla stessa data dell'esercizio precedente sia consolidati che della sola

capogruppo Digital Bros S.p.A. I raffronti riportati nelle note di commento e relativamente alle voci di conto economico sono relativi al primo semestre dell'esercizio.

In calce alle note di commento sono state preparate le situazioni economiche consolidate e della capogruppo Digital Bros S.p.A. del solo secondo trimestre dell'esercizio sociale, ovvero il periodo ottobre-dicembre. Le situazioni economiche sono raffrontate con i dati relativi al corrispondente periodo dell'esercizio scorso.

I dati economici sono stati determinati al lordo dei relativi effetti fiscali.

Criteri di stima adottati

Non è stato necessario ricorrere a criteri di stima dei dati economico patrimoniali differenti dai criteri di stima normalmente utilizzati nella preparazione del bilancio d'esercizio.

Suddivisione delle attività del gruppo

Distribuzione e co-publishing di videogiochi in Italia

L'attività caratteristica del gruppo Digital Bros viene svolta direttamente dalla capogruppo Digital Bros S.p.A. con il marchio Halifax e consiste nella localizzazione di videogiochi e nella successiva distribuzione sul territorio italiano. La società distribuisce i prodotti editi da publisher internazionali di videogiochi che sono rappresentati in esclusiva sul territorio italiano.

La localizzazione, o co-publishing, consiste nell'adattamento linguistico e culturale del videogioco al mercato italiano congiuntamente con la traduzione dei manuali del videogioco per arrivare eventualmente sino al doppiaggio delle voci contenute nel videogioco. La localizzazione avviene in stretta cooperazione tra i reparti di product management, ufficio stampa e reparto grafico della società e i publisher di videogiochi.

Le tipologie di contratti stipulati sono di due forme distinte tali per cui nel corso del semestre si è provveduto a scindere dalla divisione Halifax una nuova divisione DTI, acronimo di Distribuzione Trade Italia. Pertanto in virtù di questa necessaria razionalizzazione la divisione Halifax si occupa della localizzazione e distribuzione in esclusiva sul territorio italiano e rappresenta publisher quali ad esempio Konami International, THQ Ltd. e Codemasters Ltd., mentre la divisione DTI si occupa della sola distribuzione dei prodotti di editori presenti in Italia con una propria organizzazione e con contratti di esclusiva sul solo canale distributivo Dettaglio, con l'eccezione quindi del canale distributivo definito Grande Distribuzione Organizzata. Esempi di contratti di questa tipologia sono quelli stipulati con la Electronic Arts (parte del catalogo di videogiochi), con la Activision Italia (parte del catalogo) e con la Vivendi Universal Games per la totalità del catalogo.

A livello di gruppi di prodotti invece la distribuzione di videogiochi viene suddivisa in due tipologie differenti tra loro: la distribuzione di videogiochi per console (Sony PlayStation 2, Microsoft Xbox, Nintendo GameCube e console portatili Nintendo GameBoy Advance) e la distribuzione di videogiochi per Personal Computer. I due segmenti presentano tassi di crescita, modalità di vendita e redditività differenti e non ultimi spesso canali distributivi differenti.

Tra i prodotti lanciati nel semestre dalla divisione Halifax spiccano:

- Pro Evolution Soccer 4 per le console Sony PlayStation 2, Microsoft Xbox e PcCDRom edito dalla Konami;
- WWE Smackdown vs Raw per le console Sony PlayStation 2 e Nintendo GameBoy Advance, insieme alla versione dello scorso anno WWE Smackdown 5: Here Comes the Pain edito dalla THQ;

- Colin Mc Rae 5 per le console Sony PlayStation 2, Microsoft Xbox e PcCDRom edito dalla Codemasters.

Tra i prodotti lanciati nel semestre dalla divisione DTI spiccano:

- Need for Speed Underground 2 per le console Sony PlayStation 2, Nintendo GameBoy Advance, Microsoft Xbox e PcCDRom insieme alla versione dello scorso anno Need for Speed Underground edito dalla Electronic Arts;
- Spiderman 2 per le console Sony PlayStation 2, Nintendo GameBoy Advance, Microsoft Xbox e PcCDRom edito dalla Activision;
- Crash Bandicoot Twinsanity per le console Sony PlayStation 2, Nintendo GameBoy Advance, Microsoft Xbox e PcCDRom edito dalla Vivendi Universal.

Nel corso del semestre sono stati stipulati alcuni contratti di significativo interesse:

- un nuovo contratto di distribuzione in esclusiva sul canale distributivo sul territorio italiano (con l'esclusione quindi della Grande Distribuzione Organizzata) con la Vivendi Universal Games. La società pertanto distribuirà nel corso dell'esercizio titoli quali: Crash Bandicoot: Twinsanity , Spyro A Hero's Tail e l'attesissimo Half Life 2;
- è stato rinnovato il contratto stipulato lo scorso anno, con però la limitazione dell'esclusività al canale dettaglio con la Electronic Arts.

La significativa dimensione del volume d'affari generato dai contratti di cui sopra, unitamente al forte catalogo di prestigiosi editori tradizionalmente rappresentati da Digital Bros, attraverso la divisione Halifax, ha permesso la costituzione di una seconda rete vendita nazionale formata da agenti. La scelta è motivata per non perdere focalizzazione sui prodotti tradizionalmente distribuiti da Digital Bros gestiti dalla rete vendita già collaudata da anni. La seconda rete vendita ha gestito il portafoglio prodotti del publisher Electronic Arts unitamente ai prodotti Disney Interactive congiuntamente agli altri publisher specializzati nei videogiochi per Personal Computer, quali ad esempio CDV Software.

Publishing internazionale di videogiochi

Il publishing internazionale di videogiochi consiste nell'acquisizione selettiva di diritti di sfruttamento dei videogiochi da sviluppatori, altrimenti chiamati developer, per il successivo lancio sul mercato attraverso una rete commerciale internazionale. La durata dei contratti stipulati con i developer e la possibilità geografica di sfruttamento variano da contratto a contratto.

L'attività viene svolta direttamente da una divisione della capogruppo Digital Bros S.p.A. denominata "505 Game Street" ed è attualmente composta da 3 persone.

Nel corso del semestre non sono stati lanciati sul mercato dal gruppo nuovi titoli: "Energy Airforce:Aim Strike" (sequel di Energy Airforce già pubblicato nello scorso esercizio), "Bujingay Swordmaster nonché sei titoli della linea economica Simply 20.

L'attività di selezione svolta dal reparto permetterà al Gruppo di poter beneficiare già nell'immediato futuro di fatturato e utili con continuità, semestre dopo semestre.

Di notevole importanza è la costituzione di una joint-venture paritetica con la giapponese D3 publishing che permetterà al gruppo di distribuire in esclusiva sul territori PAL (Europa, Australia e Sud Africa), i prodotti editi dalla D3 publishing, specializzata in giochi economici per console.

TV Digitale Tematica

Il gruppo Digital Bros attraverso la controllata Game Network S.p.A. gestisce il canale satellitare denominato Game Network che trasmette 24 ore su 24 programmi dedicati al mondo dei videogame.

La trasmissione avviene in Europa continentale attraverso il satellite Eutelsat e nel Regno Unito attraverso il Satellite Astra. I programmi sono visibili in chiaro per tutti i possessori di un sistema di ricezione che siano dotati di parabola. Nel corso del passato esercizio sono stati rinegoziati i contratti di diffusione dei segnali con entrambi gli operatori. In particolare la rinegoziazione del segnale Astra è stata realizzata nel corso del mese di dicembre 2003, ma avrà effetti economici evidenti a partire dal mese di gennaio 2005. Mentre la rinegoziazione del segnale Eutelsat è stata perfezionata nel corso del mese di giugno 2004, e ha manifestato effetti economici a partire dal prossimo mese di luglio 2004.

Game Network permette allo spettatore di interagire con gli altri spettatori attraverso l'invio di messaggi cosiddetti "SMS", a pagamento o premium, che vengono riprodotti in diretta sul video. A seguito di ciò sono stati introdotti nuovi programmi che permettono, ad esempio, di partecipare alla votazione per eleggere i migliori giochi e/o poter dialogare con una persona presente sul video in diretta.

Game Network nel corso dell'esercizio ha prodotto in proprio la totalità dei programmi trasmessi nello studio di registrazione in Milano, Via Bisceglie 76 realizzando anche i primi programmi in diretta.

AD1 S.r.l. svolge attività di concessionaria pubblicitaria per conto di Game Network S.p.A. e Game Network On Line S.r.l..

On-line Gaming

L'attività consiste nel permettere ai giocatori dotati di un Personal Computer, di potersi connettere ad uno o più server di proprietà del gruppo e poter giocare on-line interagendo con i giocatori connessi sullo stesso server. I due giochi che attualmente il gruppo ha acquisito in via esclusiva per il territorio europeo "Legend of Mir" e "Myth of Soma" sono del genere cosiddetto MMORPG, ovvero Massive Multiplayer Online Role Playing Games. Si tratta di giochi di ruolo in cui il giocatore attraverso un proprio carattere, che viene scelto preliminarmente, vive in un mondo virtuale e interagisce con gli altri giocatori presenti sullo stesso mondo virtuale, ad esempio parlando, scambiandosi oggetti virtuali utili per il gioco, costituendo gruppi di giocatori coalizzati contro altri gruppi detti "gilde" e via dicendo.

Il servizio è a pagamento attraverso svariate forme quali: carte prepagate, carte di credito e l'acquisto del videogioco nei negozi. Il sistema di gestione di questo numero elevato di pagamenti di importo modesto è stato sviluppato internamente e permette di gestire altresì l'e-commerce del gruppo nonché le televendite svolte sul canale televisivo Game Network.

Nel corso del passato esercizio il gruppo ha lanciato un terzo MMORPG: "Horizons: Empire of Istaria". Il lancio del gioco è avvenuto in Europa il 5 dicembre 2003; la metodologia distributiva utilizzata dallo sviluppatore americano Artifact Entertainment proprietario dei diritti del gioco è mista e prevede che il prodotto, che è composto dal gioco stesso e da un abbonamento di un mese prepagato, venga venduto attraverso le forme tradizionali di distribuzione nei negozi, per permettere poi al giocatore di rinnovare l'abbonamento on-line alla scadenza.

Rack Jobbing

L'attività consiste nell'acquisizione in esclusiva di spazi espositivi presso catene distributive che non sono ancora attive nella distribuzione di videogiochi.

Il gruppo attraverso la controllata Game Service S.r.l. potrà quindi fornire alla catena aderente il proprio know-how nella scelta dell'acquisto dei videogiochi sia in termini qualitativi che quantitativi, la consulenza per il lay-out della zona dedicata al videogioco all'interno del punto vendita, insieme all'hardware denominato "commessa virtuale". La "commessa virtuale" consiste in un totem dotato di schermo posizionato sul punto vendita il quale consente al cliente di verificare prima dell'acquisto: le caratteristiche qualitative del videogioco, la corrispondenza del videogioco alla fascia di età per la quale è destinato, il prezzo del videogioco, la disponibilità sul punto vendita nonché, ma non meno importante, vedere le fasi del gioco direttamente sul video attraverso le clip realizzate da Game Network.

L'attività si prevede verrà svolta unicamente sul territorio italiano.

Analisi dell'andamento dei ricavi delle vendite e delle prestazioni

Il mercato della distribuzione di videogiochi presenta dinamiche stagionali caratteristiche. La propensione all'acquisto da parte dei consumatori finali è infatti concentrata nel periodo autunnale, sia per la prossimità delle feste natalizie, sia per l'avvicinarsi della stagione fredda nella quale aumenta il tempo libero da passare in casa. Questa peculiarità è la ragione per la quale gli editori di videogiochi preferiscano lanciare sul mercato i prodotti migliori proprio in concomitanza dei mesi di ottobre e novembre. Si crea così un circolo virtuoso per il quale i consumatori aumentano gli acquisti anche per la maggior disponibilità di prodotti di più elevata qualità.

Il semestre che va da gennaio a giugno rimane comunque importante in termini di vendite ai clienti finali sia perché proseguono le vendite dei prodotti di successo lanciati nel periodo autunnale sia per l'effetto del lancio di prodotti "evento", ovvero di prodotti che per le loro caratteristiche tecniche e/o di marketing sono capaci di attirare un numero elevato di giocatori. I titoli evento sono spesso titoli *sequel*, ovvero una successiva uscita di un videogioco che ha riscontrato un notevole successo nelle versioni precedenti.

Tali dinamiche, peculiari peraltro anche di altri settori, come quello del giocattolo, hanno un notevole impatto sia sulla struttura del conto economico che sulla struttura patrimoniale del Gruppo. A livello economico infatti si assiste ad un sovrassorbimento o sottoassorbimento dei costi fissi. L'incidenza maggiore o minore dei costi fissi sui margini infatti è piuttosto visibile nel secondo trimestre dell'esercizio (sovrassorbimento dei costi fissi e pertanto maggiori margini sia in valori assoluti che in termini percentuali) che solitamente rappresenta il periodo nel quale si realizza il 40% del totale fatturato annuo e nel primo trimestre dell'esercizio luglio-dicembre (sottoassorbimento dei costi fissi e pertanto minori margini) che tradizionalmente rappresenta solamente il 15% del fatturato totale annuo.

La struttura patrimoniale è anch'essa strettamente collegata all'andamento dei ricavi. Si assiste infatti ad un progressivo incremento del capitale circolante netto durante i primi sei mesi dell'esercizio per effetto di un continuo incremento delle rimanenze di prodotti finiti e dei crediti verso la clientela, mentre, per il fattore esattamente opposto, ovvero la diminuzione delle rimanenze e dei crediti, il capitale circolante netto tende a diminuire costantemente durante il secondo semestre dell'esercizio.

Lo stesso andamento è registrato dalla posizione finanziaria netta che raggiunge i livelli massimi in prossimità del termine dell'anno solare.

Nel corso del semestre il Gruppo ha eseguito il passaggio dal sistema contabile basato su AS 400 ad un nuovo sistema gestionale basato su Microsoft Navision; insieme a questo nel corso del mese di luglio si sono completate le operazioni di trasferimento degli uffici commerciali ed amministrativi nonché della logistica. I positivi risultati raggiunti nel corso del semestre sono ancora più soddisfacenti alla luce delle

importanti migliorie gestionali ottenute, ma che comunque nella fase iniziale hanno comportato ritardi ed interruzioni, peraltro di modesta entità, delle attività aziendali.

Il gruppo ha realizzato nei primi sei mesi dell'esercizio 2004/2005 ricavi delle vendite e delle prestazioni per 60.877 migliaia di Euro in crescita del 25% rispetto ai 48.513 migliaia di Euro realizzati nel corrispondente periodo dell'esercizio precedente.

La suddivisione dei ricavi per tipologia di attività nel semestre è stata la seguente:

<i>migliaia di Euro</i>	31 dicembre 2004	31 dicembre 2003	Variazione	
Distribuzione e localizzazione Italia	58.709	47.782	10.927	23%
On-line Gaming	420	321	99	31%
TV Digitale	314	410	(96)	-23%
Publishing Internazionale	1.434	0	1.434	n.s.
Totale Ricavi Consolidati	60.877	48.513	12.364	25%

La crescita del fatturato della distribuzione e localizzazione Italia che da sempre ha rappresentato l'area d'affari predominante per le attività di gruppo, è stata pari al 23%, raggiungendo i 58.709 migliaia di Euro da 47.782 migliaia di Euro realizzati nel medesimo periodo dell'esercizio precedente.

Il dettaglio dei ricavi della distribuzione e localizzazione nel semestre di riferimento è il seguente:

<i>Migliaia di Euro</i>	31 dicembre 2004	31 dicembre 2003	Variazione	
Distribuzione Videogiochi per console	53.340	40.386	12.954	32%
Distribuzione Videogiochi per PC	5.149	5.721	(572)	-10%
Distribuzione Accessori e Hardware	221	1.675	(1.454)	-87%
Totale Distribuzione Italia	58.709	47.782	10.927	23%

Per meglio analizzare l'andamento dei ricavi derivanti dalla distribuzione di videogiochi per console si riportano di seguito il dettaglio delle unità vendute e dei ricavi realizzati suddivisi per console:

<i>Migliaia di Euro</i>	31 dicembre 2004		31 dicembre 2003		Variazioni	
	<i>Unità</i>	<i>Fatturato</i>	<i>Unità</i>	<i>Fatturato</i>	<i>Unità</i>	<i>Fatturato</i>
Nintendo Gameboy Advance	208.036	5.871	66.084	2.022	215%	190%
Sony Playstation	59.464	752	90.198	1.643	-34%	-54%
Sony Playstation 2	1.142.848	41.890	832.418	31.903	37%	31%
Nintendo Gamecube	21.661	616	18.359	740	18%	-17%
Microsoft Xbox	118.710	4.211	90.375	3.608	31%	17%
Altre console	0	0	15.291	470	n.s.	n.s.
Totale Ricavi Distribuzione Console	1.550.719	53.340	1.112.726	40.386	39%	32%

La distribuzione di videogiochi per console è cresciuta nel semestre del 32% passando da 40.386 migliaia di Euro agli attuali 53.340 migliaia di Euro. La crescita del fatturato è data da due effetti tra loro contrastanti:

- l'incremento dei volumi di unità di software venduto pari al 39%. Degna di nota la crescita dei volumi per Nintendo Gameboy Advance, +215%, e Sony Playstation 2, +37%;
- il calo dei prezzi medi unitari di vendita del 7%.

Questi due fattori sono tipici della fase di maturità delle console che ormai si approssimano alla sostituzione da parte di nuove e più potenti macchine: volumi elevati per l'elevata penetrazione nelle case dei consumatori finali del relativo hardware, prezzi in calo anche per contrastare il fenomeno della pirateria in genere crescente nella fase di maturità della console.

Il fatturato più significativo realizzato nei primi sei mesi dell'esercizio è stato quello generato dalla vendita di videogiochi per la console Sony Playstation2, il peso percentuale del fatturato generato è stato infatti del 79% sul totale della distribuzione console (vedi tabella infra) e ben il 69% del fatturato totale consolidato del semestre. Le unità vendute nei primi sei mesi dell'esercizio 2003/2004 sono state oltre un milione (1.142.848 in particolare) in significativa crescita rispetto alle 832.418 dell'anno precedente, +37%.

- Pro Evolution Soccer 4 per le console Sony PlayStation 2, Microsoft Xbox e PcCDRom edito dalla Konami;
- WWE Smackdown vs Raw per le console Sony PlayStation 2 e Nintendo GameBoy Advance, insieme alla versione dello scorso anno WWE Smackdown 5: Here Comes the Pain edito dalla THQ; il successo del film Disney di Natale "Gli Incredibili" ha contribuito non poco al successo del videogioco relativo edito dalla THQ per tutte le piattaforme di gioco;
- Colin Mc Rae 5 per le console Sony PlayStation 2, Microsoft Xbox e PcCDRom editi dalla Codemasters.
- Need for Speed Underground 2 per le console Sony PlayStation 2, Nintendo GameBoy Advance, Microsoft Xbox e PcCDRom insieme alla versione dello scorso anno Need for Speed Underground edito dalla Electronic Arts;
- Spiderman 2 per le console Sony PlayStation 2, Nintendo GameBoy Advance, Microsoft Xbox e PcCDRom edito dalla Activision;
- Crash Bandicoot Twinsanity per le console Sony PlayStation 2, Nintendo GameBoy Advance, Microsoft Xbox e PcCDRom edito dalla Vivendi Universal. La stessa società ha altresì lanciato nel corso del semestre il videogioco per PcCDRom "Half Life 2", videogioco che presenta funzionalità online piuttosto marcate e un meccanismo antipirateria attraverso la connessione Internet.

Il positivo andamento dei ricavi è anche frutto del successo di alcuni videogiochi tra quelli menzionati in forte crescita rispetto all'esercizio precedente:

Pro Evolution 4 ha sfondato infatti le 400.000 copie rilevandosi il videogioco maggiormente venduto sul mercato italiano di tutti i tempi, prima delle fine dell'esercizio rispetto alle 200.000 vendite nell'esercizio precedente, confermando la leadership di Konami nei giochi sportivi ed in particolare nei giochi di simulazione calcistica. Il successo del gioco è frutto sia di un grandissimo sviluppo delle potenzialità e realismo che viene trasmesso ai videogiocatori, ma anche dall'attività marketing e promozionale svolta dal gruppo con un grande supporto dell'editore in questi ultimi anni.

WWE Smackdown vs Raw in concomitanza con il grande successo riscontrato dalla trasmissione televisiva sui canali Mediaset e SKY ha venduto infatti più di 120.000 copie nel primo semestre dell'esercizio a cui vanno aggiunte 50.000 copie della videogioco dell'anno precedente (WWE Smackdown: Here comes the pain) contro le 30.000 copie totali vendute l'anno passato.

Confermando il successo di videogiochi legati ai grandi successi Disney nelle sale cinematografiche a Natale, nel corso del 2004 il videogioco "Gli incredibili" ha venduto più di 80.000 unità contro le già eccezionali vendite di "Alla ricerca di Nemo" (50.000 unità vendute lo scorso esercizio nel periodo natalizio).

Andamento dei prezzi medi

Importi in Euro	31 dicembre 2004	31 dicembre 2003	Variazione
Nintendo Gameboy Advance	28,2	30,6	-8%
Sony Playstation	12,6	18,2	-31%
Sony Playstation 2	36,7	38,3	-4%
Game Cube	28,4	40,3	-29%
X-Box	35,5	39,9	-11%
Totale Distribuzione console	33,8	36,3	-7%

Peso percentuale delle vendite suddivise per console

Importi in Euro	31 dicembre 2004	31 dicembre 2003	Variazione
Nintendo Gameboy Advance	11%	5%	6%
Sony Playstation	1%	4%	-3%
Sony Playstation 2	79%	79%	0%
Game Cube	1%	2%	-1%
X-Box	8%	9%	-1%

La crescita realizzata dalle vendite di videogiochi per la console Nintendo Gameboy Advance è stata la più significativa. La console portatile ha sicuramente beneficiato della rivitalizzazione ottenuta con il lancio della versione SP nella primavera del 2003. Il fatturato del segmento cresce infatti del 190% per

effetto di un aumento delle quantità vendute, +215%, solo parzialmente compensato da una diminuzione del prezzo medio, meno 8, %.

Relativamente buono l'andamento delle vendite di videogiochi per la piattaforma Microsoft Xbox, +17%, con volumi in aumento del 31% e prezzi in calo del 11%. Semestre negativo per le vendite di videogiochi per la console Nintendo Gamecube, con tassi di crescita decrescenti per il fatturato; a dispetto della crescita delle unità vendute, più 18%. I volumi raggiunti sono peraltro poco significativi, 1% è il peso percentuale del fatturato realizzato sul fatturato totale del segmento.

I ricavi delle vendite di videogiochi per personal computer (PCCDRom) scendono di 572 migliaia di Euro, passando da 5.721 migliaia di Euro ai 5.149 migliaia di Euro realizzati nel primo semestre dell'esercizio. Tale dinamica è in linea con l'andamento del mercato di riferimento che, a differenza del mercato dei videogiochi per console, presenta margini di crescita leggermente negativi e occorre aggiungere che si registra dopo la forte crescita del comparto realizzata dal gruppo nello scorso esercizio, più 182% rispetto all'esercizio precedente.

I ricavi da publishing internazionale di videogiochi si attestano nel semestre a 1.434 milioni di Euro e sono frutto del rilancio delle attività del gruppo nel comparto. Durante l'esercizio infatti è ripresa l'attività commerciale dopo che nel corso del secondo semestre dell'esercizio passato era ripresa l'attività di selezione dei videogiochi da pubblicare. Nel corso del semestre non sono stati lanciati sul mercato dal gruppo nuovi titoli: "Energy Airforce: Aim Strike" (sequel di Energy Airforce già pubblicato nello scorso esercizio), "Bujingay Swordmaster nonché sei titoli della linea economica Simply 20.

I ricavi derivanti da attività di on-line gaming sono unicamente ricavi realizzati dalla sottoscrizione di abbonamenti da parte dei giocatori ai tre giochi lanciati dal gruppo Digital Bros a livello europeo "Legend of Mir", "Myth of Soma" e "Horizon: Empire of Istaria". I ricavi sono in aumento rispetto al medesimo periodo dell'esercizio precedente soprattutto grazie al lancio del nuovo gioco on line "Horizon Empire of Istaria" avvenuto a Gennaio 2004, e passano dai 321 migliaia di Euro realizzati nel primo semestre 2003/2004 agli attuali 420 migliaia di Euro con un incremento del 31%.

I ricavi da TV interattiva invece diminuiscono del 23% passando da 410 migliaia di Euro a 314 migliaia di Euro principalmente per un decremento dei ricavi pubblicitari.

Ricavi esteri

I ricavi realizzati dal gruppo suddivisi per area geografica passano da 593 migliaia di Euro (pari all'1,2% del fatturato) ai 2.144 migliaia di Euro realizzati nel primo semestre del corrente esercizio (pari al 3,5% del fatturato).

Migliaia di Euro	31dicembre 2004	31dicembre 2003
Ricavi Italia	58.733	47.920
Ricavi UE	1.835	593
Ricavi Extra UE	309	0
Totale ricavi consolidati	60.877	48.513

In particolare l'incremento è da ascrivere principalmente al rilancio delle attività di publishing internazionale non svolte nel corso del passato esercizio (incremento di 1.434 migliaia di Euro), come si evince dalla seguente tabella:

Migliaia di Euro	31dicembre 2004	31dicembre 2003
TV Digitale e pubblicitari	310	284
Online Gaming	400	309
Publishing Internazionale	1.434	0
Totale ricavi extra Italia	2.144	593

Andamento dei margini reddituali

Il positivo andamento dei ricavi è altresì riflesso dall'andamento dei margini reddituali sia a livello consolidato che a livello della sola capogruppo.

<i>Migliaia di Euro</i>	31 dicembre 2004	31 dicembre 2003	Variazione	
Ricavi delle Vendite	60.877	48.513	12.364	25%
Margine operativo lordo (EBITDA)	8.546	5.519	3.027	55%
Risultato operativo (EBIT)	5.983	2.345	3.638	155%
Utile prima delle imposte (EBT)	3.750	(2.918)	6.668	

Indici reddituali della capogruppo:

<i>Migliaia di Euro</i>	31 dicembre 2004	31 dicembre 2003	Variazione	
Ricavi delle Vendite	60.234	47.785	12.449	26%
Margine operativo lordo (EBITDA)	9.209	5.691	3.518	62%
Risultato operativo (EBIT)	6.655	2.139	4.516	211%
Utile prima delle imposte (EBT)	3.742	(10.889)	14.631	

Il miglioramento dei tre principali indicatori reddituali EBITDA (Utile prima degli ammortamenti, oneri finanziari e straordinari e tasse), EBIT (Utile prima degli oneri finanziari e straordinari e tasse) ed EBT è stato superiore rispettivamente di oltre 3 milioni di Euro, 4,5 milioni di Euro e 6,7 milioni di Euro rispetto a quanto realizzato nel primo semestre del passato esercizio. La crescita dei margini può essere ricondotta sia ad un aumento dei margini percentuali in valore assoluto che ad una migliore struttura dei costi di produzione. Il valore aggiunto infatti aumenta dal 27% al 29% del totale dei ricavi consolidati, ma aumenta in valore assoluto di 4,5 milioni di Euro.

La crescita del valore aggiunto in termini percentuali è esclusivamente derivante da due distinti fattori:

- le attività di publishing presentano margini superiori alle attività di distribuzione italiana di videogame piuttosto marcata a livello di valore aggiunto. La società infatti registra i costi per l'acquisto delle licenze tra gli ammortamenti e non nel costo del venduto, in linea con i principi contabili vigenti.
- La politica commerciale adottata dalla divisione Halifax che ha riconosciuto maggiori contributi alla GDO in relazione però ad un incremento dei prezzi di listino adottati e pertanto l'incremento percentuale del valore aggiunto e poi assorbito da una maggiore incidenza percentuale di costi della produzione classificati tra i costi per servizi.

Valore Aggiunto

<i>Migliaia di Euro</i>	31 dicembre 2004		31 dicembre 2003	
Totale ricavi da vendita di videogiochi (a)	60.143	100%	47.782	100%
Acquisto materiali	(44.290)		(37.244)	
Variazione delle rimanenze	1.632		2.363	
Totale Costo del venduto (b)	(42.658)	(71%)	(34.881)	(73%)
Valore Aggiunto (a)-(b)	17.485	29%	12.901	27%

La suddivisione dei margini reddituali per tipologia di attività sono i seguenti:

Utile prima delle imposte, degli interessi e degli ammortamenti (EBITDA)

<i>migliaia di Euro</i>	31dicembre 2004	31dicembre 2003	Variazione	Fatturato	EBITDA %
EBITDA Distribuzione	7.981	6.084	1.897	58.709	13,6%
EBITDA Publishing	985	0	985	1.434	68,7%
EBITDA TV Digitale	(261)	(147)	(114)	314	-83,1%
EBITDA Online Gaming	(159)	(94)	(65)	420	-37,9%
EBITDA Consolidato	8.546	5.843	3.579	60.877	14,04%
Poste non ricorrenti	0	(324)	324		
EBITDA Consolidato	8.546	5.519	3.903	60.877	14,04%

La percentuale di EBITDA del segmento distribuzione si attesta al 13,6% dei ricavi in crescita del 53% rispetto a quello realizzato nel corso del primo semestre dello scorso esercizio.

La percentuale di EBITDA del segmento del publishing internazionale di videogiochi è particolarmente elevata rispetto al fatturato (68,7%) in quanto una significativa parte dei costi è relativa agli ammortamenti dei costi di licenza. L'EBITDA realizzato dal segmento pesa per l'11,5% del totale EBITDA consolidato.

Rimangono negativi ed in leggero peggioramento i valori dell'EBITDA per i segmenti di TV Digitale e Online Gaming.

Utile prima delle imposte, degli interessi (EBIT)

<i>migliaia di Euro</i>	31dicembre 2004	31dicembre 2003	Variazione	Fatturato	EBIT %
EBIT distribuzione	6.148	3.544	2.604	58.709	10,5%
EBIT publishing	435	0	435	1.434	30,3%
EBIT TV Digitale	(292)	(178)	(114)	314	-93,0%
EBIT Online Gaming	(309)	(331)	22	420	-73,6%
EBIT Consolidato	5.983	3.035	2.947	60.877	9,83%
Poste non ricorrenti	0	(690)	690		
EBIT Consolidato	5.983	2.345	3.638	60.877	9,83%

L'incremento significativo dell'EBIT di gruppo pari a 2.947 migliaia di Euro, che passa da un EBIT di 3.305 migliaia di Euro dello scorso esercizio agli attuali 5.982 migliaia di Euro è quasi interamente dovuto al miglioramento registrato nei segmenti della distribuzione e del publishing per rispettivamente 2.604 migliaia di Euro e 435 migliaia di Euro. Nonostante l'effetto degli ammortamenti faccia scendere la percentuale dell'EBIT sul fatturato relativo al segmento publishing dal 68,7% (percentuale dell'EBITDA sul fatturato) al 30,3%, tale percentuale rimane di tutto rispetto ed in virtù dei risultati prospettici del segmento in termini di ricavi attesi per l'esercizio.

Il completo ammortamento dell'acquisizione delle licenze di videogiochi per l'online gaming permette al segmento, a dispetto di un EBIT negativo per 309 migliaia di Euro un leggero miglioramento pari a 22 milioni di Euro.

Investimenti effettuati nel periodo

L'attività di investimento nel corso dei sei mesi si è particolarmente intensificata in linea con la strategia del gruppo, orientata al lancio delle attività di publishing internazionale di videogiochi sfruttando le sinergie con la struttura distributiva italiana.

Nel corso del semestre è stato infatti realizzato l'investimento nella nuova sede logistica delle attività del gruppo attraverso l'acquisizione di un fabbricato di circa 3.400 metri quadri congiuntamente ad una superficie cortilizia di oltre 2.000 mq. L'acquisizione è avvenuta a valori particolarmente interessanti (710 Euro al metro quadro) considerando che l'immobile sorge in Trezzano sul Naviglio (MI), in prossimità della linea ferroviaria Milano-Abbiategrasso e non lontano dalla stazione ferroviaria di Gaggiano (MI). L'acquisizione è avvenuta tramite un apposito contratto di locazione finanziaria il cui debito residuo è stato classificato pari a 1.873 migliaia di Euro è stato classificato tra i debiti verso altri finanziatori.

Nel periodo in esame si è altresì completato il primo sviluppo del nuovo sistema gestionale basato sul sistema Microsoft Business Solutions Navision.

Gli investimenti realizzati a livello di gruppo nel periodo considerato sono pari a 3.661 migliaia di Euro come meglio dettagliati nel prospetto che segue:

<i>migliaia di Euro</i>	31 dicembre 2004	31 dicembre 2003
Licenze internazionali di videogiochi	1.028	351
Acquisto del magazzino sito in Trezzano	2.516	0
Altri investimenti	117	332
Totale Investimenti	3.661	683

Non sono stati effettuati investimenti in immobilizzazioni finanziarie.

Posizione finanziaria netta

I positivi risultati reddituali hanno permesso, pur nell'ambito dell'intensificazione della politica degli investimenti, di mantenere l'indebitamento finanziario netto in linea con quello registrato al 31 dicembre dello scorso anno. L'indebitamento finanziario netto si attesta infatti a 22.398 migliaia di Euro in trascurabile crescita di 51 migliaia di Euro rispetto ai 22.347 migliaia di Euro registrati a dicembre 2003. La suddivisione tra le poste attive e le poste passive nel rispetto del criterio temporale di esigibilità è la seguente:

<i>Migliaia di Euro</i>	31dicembre 2004	31dicembre 2003	30 giugno 2004
Titoli che non costituiscono immobilizzazioni	2.680	3.502	3.390
Disponibilità liquide	1.529	1.835	1.715
Debiti verso banche a breve	(22.564)	(25.345)	(18.711)
Obbligazioni convertibili a breve	(2.170)	0	0
Debiti verso altri finanziatori a breve	(96)	(169)	(168)
Posizione finanziaria netta a breve	(20.621)	(20.177)	(13.774)
Debiti verso altri finanziatori a medio	(1.777)	0	0
Obbligazioni convertibili	0	(2.170)	(2.170)
Posizione finanziaria netta a medio	(1.777)	(2.170)	(2.170)
Posizione finanziaria netta finale	(22.398)	(22.347)	(15.944)

L'indebitamento al 31 dicembre 2004 si incrementa di 6.454 migliaia di Euro rispetto al medesimo dato al 30 giugno ultimo scorso. L'andamento dell'attività distributiva, che è tuttora prevalente nell'ambito delle attività del gruppo, impone infatti un investimento in capitale circolante netto in virtù dell'esigenza di mantenere rimanenze di prodotti finiti in uscita e/o di recente lancio insieme alla concessione di crediti alla clientela, ed è direttamente correlato al volume d'affari. L'andamento dell'investimento in capitale circolante netto variabile nel corso dell'anno per la stagionalità è direttamente riflesso dall'andamento dell'indebitamento che presenta la sua massima esposizione proprio in coincidenza della fine dell'anno solare. La riduzione dell'investimento in capitale circolante netto per effetto del pagamento da parte dei clienti e la riduzione delle rimanenze avviene durante il corso del primo semestre dell'anno solare toccando solitamente il limite minimo nel corso del mese di agosto, mese in cui il gruppo presenta il livello di indebitamento minore.

Di seguito si riportano il dettaglio delle principali voci del capitale circolante netto:

<i>migliaia di Euro</i>	31dicembre 2004	31dicembre 2003	30 giugno 2004
Rimanenze	20.304	17.980	18.672
Crediti verso Clienti	29.214	22.967	18.545
Altri crediti a breve	2.972	1.365	2.404
Ratei e risconti attivi	319	564	402
Acconti da clienti	(271)	0	0
Debiti verso fornitori	(9.398)	(7.060)	(7.495)
Altri debiti a breve	(1.322)	(2.474)	(2.907)
Ratei e risconti passivi	(1.428)	(588)	(754)
Capitale Circolante Netto	40.390	32.754	28.867

Evoluzione prevedibile della gestione

Le ottime performance aziendali realizzate nel primo semestre dell'esercizio permettono al management di confermare in pieno i dati revisionali per l'esercizio in corso, pari a:

<i>Migliaia di Euro</i>	Budget 2004/2005	Esercizio 2003/2004	Variazione	
Ricavi delle vendite	87.146	84.804	2.342	3%
EBITDA	7.379	8.908	(1.529)	-17%
EBIT	5.351	4.225	1.126	27%
Utile Netto	1.801	457	1.344	294%

Digital Bros			
Relazione trimestrale al 31 Dicembre 2004			
Situazione patrimoniale consolidata al 31 Dicembre 2004			
(valori espressi in migliaia di Euro)			
	31/12/2004	30/06/2004	31/12/2003
Attivo			
Attivo immobilizzato	5.779	3.784	4.879
Attivo circolante	62.884	53.318	56.563
<i>di cui disponibilità liquide ed attività finanziarie a breve termine</i>	4.209	5.105	5.337
Ratei e risconti attivi	319	402	564
Totale attivo	68.982	57.504	62.006
Passivo			
Capitale e riserve	20.692	20.235	20.235
Utile (Perdita) del periodo	3.750	457	255
Totale patrimonio netto	24.442	20.692	20.490
Fondi rischi	4.911	4.018	3.155
Trattamento di fine rapporto	603	589	555
Debiti	37.598	31.451	37.218
<i>di cui esigibili entro 12 mesi</i>	36.181	29.281	35.048
<i>di cui esigibili oltre 12 mesi</i>	1.777	2.170	2.170
Ratei e risconti passivi	1.428	754	588
Totale passività	44.540	36.812	41.516
Totale passività e patrimonio netto	68.982	57.504	62.006
Disponibilità liquide ed attività finanziarie a brevissimo termine	4.209	5.105	5.337
Debiti finanziari a breve termine	24.830	18.879	25.514
Debiti finanziari oltre 12 mesi	1.777	2.170	2.170
Posizione finanziaria netta	(22.398)	(15.944)	(22.347)

Digital Bros			
Relazione trimestrale al 31 Dicembre 2004			
Conto economico consolidato del primo semestre 2004			
(valori espressi in migliaia di Euro)			
	Q2 2004/2005	Q2 2003/2004	Variazioni
Ricavi delle Vendite	60.877	48.513	12.364
Variazione delle rimanenze	1.632	2.363	(731)
Altri Ricavi	292	328	(36)
Valore della produzione	62.801	51.204	11.597
Costi della produzione	(54.255)	(45.685)	(8.570)
Margine operativo lordo (EBITDA)	8.546	5.519	3.027
Ammortamenti a accantonamenti	(2.563)	(3.174)	611
Risultato operativo (EBIT)	5.983	2.345	3.638
Risultato della gestione finanziaria	(1.547)	(1.315)	(232)
Rettifiche di valore di attività finanziarie	0	(3.635)	3.635
Oneri straordinari	(686)	(313)	(373)
Utile prima delle imposte (EBT)	3.750	(2.918)	6.668

Digital Bros			
Relazione trimestrale al 31 Dicembre 2004			
Situazione patrimoniale Digital Bros S.p.A. al 31 Dicembre 2004			
(valori espressi in migliaia di Euro)			
	31/12/2004	30/06/2004	31/12/2003
Attivo			
Attivo immobilizzato	5.779	3.784	4.879
Attivo circolante	62.884	53.318	56.563
<i>di cui disponibilità liquide ed attività finanziarie a breve termine</i>	4.209	5.105	5.337
Ratei e risconti attivi	319	402	564
Totale attivo	68.982	57.504	62.006
Passivo			
Capitale e riserve	20.692	20.235	20.235
Utile (Perdita) del periodo	3.750	457	255
Totale patrimonio netto	24.442	20.692	20.490
Fondi rischi	4.911	4.018	3.155
Trattamento di fine rapporto	603	589	555
Debiti	37.598	31.451	37.218
<i>di cui esigibili entro 12 mesi</i>	36.181	29.281	35.048
<i>di cui esigibili oltre 12 mesi</i>	1.777	2.170	2.170
Ratei e risconti passivi	1.428	754	588
Totale passività	44.540	36.812	41.516
Totale passività e patrimonio netto	68.982	57.504	62.006
Disponibilità liquide ed attività finanziarie a brevissimo termine	4.209	5.105	5.337
Debiti finanziari a breve termine	24.831	18.879	25.514
Debiti finanziari oltre 12 mesi	1.777	2.170	2.170
Posizione finanziaria netta	(22.398)	(15.944)	(22.347)

Digital Bros			
Relazione trimestrale al 31 Dicembre 2004			
Conto Economico Digital Bros S.p.A. del primo semestre 2004			
(valori espressi in migliaia di Euro)			
	Q2 2004/2005	Q2 2003/2004	Variazioni
Ricavi delle Vendite	60.234	47.785	12.449
Variazione delle rimanenze	1.472	2.383	(911)
Altri Ricavi	623	634	(11)
Valore della produzione	62.329	50.802	11.527
Costi della produzione	(53.120)	(45.111)	(8.009)
Margine operativo lordo (EBITDA)	9.209	5.691	3.518
Ammortamenti a accantonamenti	(2.554)	(3.552)	998
Risultato operativo (EBIT)	6.655	2.139	4.516
Risultato della gestione finanziaria	(1.544)	(1.313)	(231)
Rettifiche di valore di attività finanziarie	(700)	(11.402)	10.702
Oneri straordinari	(669)	(313)	(356)
Utile prima delle imposte (EBT)	3.742	(10.889)	14.631

Digital Bros			
Relazione trimestrale al 31 Dicembre 2004			
Conto economico consolidato del secondo trimestre 2004			
(valori espressi in migliaia di Euro)			
	Q2 2004/2005	Q2 2003/2004	Variazioni
Ricavi delle Vendite	46.152	38.691	7.461
Variazione delle rimanenze	(821)	1.146	(1.967)
Altri Ricavi	154	290	(136)
Valore della produzione	45.485	40.127	5.358
Costi della produzione	(38.775)	(35.099)	(3.676)
Margine operativo lordo (EBITDA)	6.710	5.028	1.682
Ammortamenti a accantonamenti	(1.946)	(2.644)	698
Risultato operativo (EBIT)	4.764	2.384	2.380
Risultato della gestione finanziaria	(965)	(812)	(153)
Rettifiche di valore di attività finanziarie	0	(3.458)	3.458
Oneri straordinari	(435)	(313)	(122)
Utile prima delle imposte (EBT)	3.364	(2.199)	5.563

Digital Bros			
Relazione trimestrale al 31 Dicembre 2004			
Conto Economico Digital Bros S.p.A. del secondo trimestre 2004			
(valori espressi in migliaia di Euro)			
	Q2 2004/2005	Q2 2003/2004	Variazioni
Ricavi delle Vendite	45.893	38.142	7.751
Variazione delle rimanenze	(978)	1.166	(2.144)
Altri Ricavi	292	596	(304)
Valore della produzione	45.207	39.904	5.303
Costi della produzione	(38.059)	(34.859)	(3.200)
Margine operativo lordo (EBITDA)	7.148	5.045	2.103
Ammortamenti a accantonamenti	(2.022)	(3.147)	1.125
Risultato operativo (EBIT)	5.126	1.898	3.228
Risultato della gestione finanziaria	(963)	(810)	(153)
Rettifiche di valore di attività finanziarie	(372)	(11.402)	11.030
Oneri straordinari	(436)	(136)	(300)
Utile prima delle imposte (EBT)	3.355	(10.450)	13.805