



**Digital Bros S.p.A.**

**Relazione al 30 settembre 2004**

**Primo trimestre 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>	4
<i>  Suddivisione delle attività del gruppo</i>	5
<i>  Analisi dell'andamento dei ricavi delle vendite e delle prestazioni</i>	9
<i>  Andamento dei margini reddituali</i>	13
<i>  Investimenti effettuati nel trimestre</i>	14
<i>  Posizione finanziaria netta</i>	15
<i>  Evoluzione prevedibile della gestione</i>	16
Stato patrimoniale Consolidato	17
Conto economico Consolidato	18
Stato patrimoniale Digital Bros S.p.A.	19
Conto economico Digital Bros S.p.A. 3 mesi	20

## **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 30 settembre 2004**

### *Criteria applicati nella redazione della situazione trimestrale consolidata*

I criteri utilizzati nella redazione della situazione trimestrale consolidata al 30 settembre 2004 sono omogenei a quelli utilizzati dalla società per la redazione del bilancio d'esercizio consolidato al 30 giugno 2004.

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

<b>Società</b>	<b>Sede</b>	<b>Capitale Sociale</b>	<b>% posseduta</b>	<b>Metodo</b>
Digital Bros S.p.A.	Milano	5.388.058 Euro	Capogruppo	Integrale
Game Network On Line S.r.l.	Milano	84.450 Euro	100%	Integrale
Game Network S.p.A.	Milano	1.000.000 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.

I dati patrimoniali e finanziari riportati nei prospetti contabili allegati sono confrontati con i rispettivi valori risultanti dal bilancio al 30 giugno 2004. I dati economici al 30 settembre 2004 sono confrontati con i relativi valori alla stessa data dell'esercizio precedente.

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

### *Criteria di stima adottati*

Ai fini della redazione della situazione trimestrale si è dovuto ricorrere ad alcune operazioni di stima, peraltro necessarie in fase di redazione dei conti annuali.

La società ha stipulato dei contratti con alcuni dei propri clienti attraverso i quali viene riconosciuto un ammontare percentuale sul volume d'affari generato. Tali percentuali variano in aumento sulla base del raggiungimento di alcuni obiettivi crescenti su base annuale. Ai fini della stima di tale componente si è provveduto cautelativamente a considerare il raggiungimento dell'obiettivo massimo per tutti i clienti.

## **Suddivisione delle attività del gruppo**

### *Distribuzione e co-publishing di videogiochi in Italia*

L'attività prevalentemente svolta dal gruppo Digital Bros consiste nella localizzazione di videogiochi e nella successiva distribuzione sul territorio italiano e viene svolta direttamente dalla capogruppo Digital Bros S.p.A. con il marchio Halifax. 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 insieme alla 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.

La distribuzione di videogiochi è 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.

Tra i prodotti lanciati nel trimestre spiccano: Colin Mc Rae 5 edito dalla Codemasters, Onimusha 3 edito dalla Electronic Arts, Spiderman 2 edito dalla Activision e, non ultimo, Silent Hill 4 edito dalla Konami International.

Nel corso del trimestre 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.

Tale scelta oltre ad aver registrato significativi risultati nella vendita dei prodotti Electronic Arts ha permesso di realizzare una crescita superiore al 50% nel segmento dei videogiochi per Personal Computer, dopo aver realizzato in più il 100% nello scorso trimestre dell'esercizio passato.

#### *Publishing di videogame*

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 trimestre 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 e tre 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, trimestre dopo trimestre.

#### *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 settembre 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 settore del videogioco presenta dinamiche stagionali accentuate. La propensione all'acquisto da parte dei consumatori finali è 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. Tale fattore comporta che gli editori, o *publisher*, di videogiochi preferiscano lanciare sul mercato i prodotti migliori proprio in questa stagione. Si crea così un circolo virtuoso per il quale i consumatori aumentano gli acquisti proprio 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 nella versione precedente.

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 della società. Per quanto riguarda la prima l'effetto del sovrassorbimento o sottoassorbimento dei costi fissi, ovvero l'incidenza maggiore o minore dei costi fissi sui margini, è piuttosto visibile nel secondo trimestre dell'esercizio ottobre-dicembre (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-settembre (sottoassorbimento dei costi fissi e pertanto minori margini) che tradizionalmente rappresenta 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 inverso, 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.

Il trimestre in esame pertanto è quello nel quale si registra un volume d'affari più contenuto rispetto agli altri, e quello nel quale la dipendenza dall'uscita di un titolo significativo comporta maggior volatilità nell'andamento dei ricavi e, di conseguenza, dei margini reddituali.

Nel corso del trimestre 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 già positivi risultati raggiunti nel corso del trimestre sono ancora più soddisfacenti alla luce

delle importanti migliorie gestionali ottenute ma che comunque nella fase iniziale hanno comportato ritardi ed interruzioni delle attività aziendali.

Il gruppo ha realizzato nei primi tre mesi dell'esercizio 2004/2005 ricavi delle vendite e delle prestazioni per 14.725 migliaia di Euro in crescita del 50% rispetto ai 9.822 migliaia di Euro realizzati nel passato esercizio.

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

<i>migliaia di Euro</i>	<b>30 settembre 2004</b>	<b>30 settembre 2003</b>	<b>Variazione</b>	
Distribuzione e localizzazione Italia	13.420	9.520	3.900	41%
On-line Gaming	223	170	53	31%
TV Digitale	173	132	41	31%
Publishing Internazionale	909	0	909	n.s.
<b>Totale Ricavi Consolidati</b>	<b>14.725</b>	<b>9.822</b>	<b>4.903</b>	<b>50%</b>

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 41%, raggiungendo i 13.420 migliaia di Euro da 9.520 migliaia di Euro realizzati nel medesimo periodo dell'esercizio precedente.

Il dettaglio dei ricavi della principale area di attività del gruppo è il seguente:

<i>migliaia di Euro</i>	<b>30 settembre 2004</b>	<b>30 settembre 2003</b>	<b>Variazione</b>	
Distribuzione videogiochi per console	11.900	7.815	4.085	52,3%
Distribuzione videogiochi per PC	1.492	984	508	51,6%
Distribuzione hardware ed accessori	29	721	(692)	-96%
<b>Totale Ricavi Distribuzione Italia</b>	<b>13.420</b>	<b>9.520</b>	<b>3.900</b>	<b>41%</b>

Per meglio analizzare l'andamento delle vendite 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>	<b>30 settembre 2004</b>		<b>30 settembre 2003</b>		<b>%</b>	
	Unità	Fatturato	Unità	Fatturato	Unità	Fatturato
Nintendo Gameboy Advance	53.605	1.551	27.101	854	98%	82%
Sony Playstation 2	279.634	8.614	154.727	5.503	81%	57%
Microsoft Xbox	38.697	1.272	23.796	941	63%	35%
Nintendo Game Cube	4.620	175	628	24	636%	617%
Altre console	22.058	287	28.200	493	-22%	-42%
<b>Totale Distribuzione Console</b>	<b>398.614</b>	<b>11.900</b>	<b>234.452</b>	<b>7.815</b>	<b>70%</b>	<b>52%</b>

Il segmento di attività più rappresentativo, ovvero la distribuzione di videogiochi per console, è cresciuto del 52,3% passando da 7.815 migliaia di Euro agli attuali 11.900 migliaia di Euro. La crescita del fatturato è data da due effetti contrastanti:

- l'incremento dei volumi di unità di software venduto pari al 70%. Degna di nota la crescita dei volumi per Nintendo Gameboy Advance, +98%, e Sony Playstation 2, +81%;
- il calo dei prezzi medi unitari di vendita del 10,4%.

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 presenza del relativo hardware nelle case dei consumatori, prezzi in calo anche per contrastare il fenomeno della pirateria.

<b>Prezzi medi per videogioco</b>	<b>30 settembre 2004</b>	<b>30 settembre 2003</b>	<b>Variazione</b>
Nintendo Gameboy Advance	28,9	31,5	-8,2%
Sony Playstation 2	30,8	35,6	-13,4%
Microsoft Xbox	32,9	39,5	-16,9%
Nintendo Game Cube	37,9	38,8	-2,5%
Altre console	13,0	17,5	-25,5%
<b>Prezzo Medio</b>	<b>29,9</b>	<b>33,3</b>	<b>-10,4%</b>

Il fatturato più significativo realizzato nei primi tre 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 72,4% sul totale della distribuzione console e ben il 58,5% del fatturato totale consolidato del trimestre. Le unità vendute nei primi tre mesi dell'esercizio 2003/2004 sono state 279.634 in significativa crescita rispetto alle 154.727 dell'anno precedente, +81%. I titoli di maggior successo lanciati dalla società nel corso del trimestre sono stati: Colin Mc Rae 5 edito dalla Codemasters, Silent Hill 4 edito dalla Konami International, Onimusha 3 edito dalla Electronic Arts e, non ultimo, Spiderman 2 edito dalla Activision.

<b>migliaia di Euro</b>	<b>30 settembre 2004</b>	<b>30 settembre 2003</b>	<b>Variazione</b>
Nintendo Gameboy Advance	13,0%	10,9%	2,1%
Sony Playstation 2	72,4%	70,4%	2,0%
Microsoft Xbox	10,7%	12,0%	-1,3%
Nintendo Game Cube	1,5%	0,3%	1,2%
Altre console	2,4%	6,3%	-3,9%

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 dell'82% per effetto di un aumento delle quantità vendute, +98%, solo parzialmente compensato da una diminuzione del prezzo medio, -8,2%.

Relativamente buono l'andamento delle vendite di videogiochi per la piattaforma Microsoft Xbox, +35%, con volumi in aumento dell'63% e prezzi in calo del 16,9%. Si è trattato di trimestre positivo per

le vendite di videogiochi per la console Nintendo Gamecube, con tassi di crescita a tre cifre sia per le unità vendute che per il fatturato; purtroppo i volumi raggiunti sono estremamente limitati, 1,5% è il peso percentuale del fatturato realizzato sul fatturato totale del segmento.

Il gruppo nel corso del passato esercizio ha stipulato numerosi nuovi contratti con publisher che tradizionalmente lanciano prodotti per personal computer, insieme a questo il contratto stipulato con Electronic Arts ha comportato la distribuzione di numerosi prodotti di questa tipologia. Gli effetti di quanto sopra sono evidenti nel primo trimestre dell'esercizio, il fatturato cresce da 984 migliaia di Euro agli attuali 1.492 migliaia di Euro e si attesta al 10% del totale dei ricavi consolidati.

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 170 migliaia di Euro realizzati nel primo trimestre 2003/2004 agli attuali 223 migliaia di Euro con un incremento del 31%.

Il dettaglio dei ricavi derivanti da attività televisiva è il seguente:

<i>migliaia di Euro</i>	<b>30 settembre 2004</b>	<b>30 settembre 2003</b>	<b>Variazione</b>
Ricavi pubblicitari	19	47	-59,6%
Ricavi da concorsi	4	3	33,3%
Ricavi da TV interattiva	150	82	82,9%
<b>Totale Ricavi TV Digitale</b>	<b>173</b>	<b>132</b>	<b>31,1%</b>

I ricavi da TV interattiva aumentano dell'82,9% passando da 82 migliaia di Euro a 150 migliaia di Euro per effetto del superamento del minimo garantito derivante dal contratto stipulato con la Cellcast. In virtù di questo i ricavi dell'area d'affari aumentano del 31,1% passando da 132 migliaia di Euro a 173 migliaia di Euro.

### Andamento dei margini reddituali

L'andamento dei margini reddituali è direttamente correlato all'andamento dei ricavi. Pertanto non ci si può attendere nel primo trimestre rappresentativo del 15% del volume d'affari atteso nel corso dell'intero esercizio di poter realizzare marginalità percentuale significativa a livello di EBT (Utile prima delle Imposte). Peraltro il positivo andamento dei ricavi insieme a politiche di contenimento dei costi messe in atto ha permesso, di migliorare significativamente gli indici reddituali dei primi tre mesi dell'esercizio rispetto ai medesimi indici realizzati nello scorso esercizio:

<i>milioni di Euro</i>	<b>30 settembre 2004</b>	<b>30 settembre 2003</b>	<b>Variazione</b>	
Fatturato	14,7	9,8	4,9	50%
EBIDTA	1,8	0,5	1,3	260%
EBIT	1,2	0,0	1,2	n.s.
EBT	0,4	(0,7)	1,1	n.s.

Indici reddituali della capogruppo:

<i>milioni di Euro</i>	<b>30 settembre 2004</b>	<b>30 settembre 2003</b>	<b>Variazione</b>	
Fatturato	14,3	9,6	4,7	49%
EBIDTA	2,1	0,6	1,5	250%
EBIT	1,5	0,2	1,3	n.s.
EBT	0,4	(0,4)	0,8	n.s.

Come si nota dalle tabelle di cui sopra 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 superiore di oltre 1.000 migliaia di Euro rispetto a quanto realizzato nel primo trimestre del passato esercizio.

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

*Utile prima delle imposte, degli interessi e degli ammortamenti (EBIDTA)*

<i>migliaia di Euro</i>	<b>30 settembre 2004</b>	<b>30 settembre 2003</b>	<b>Variazione</b>	<b>Fatturato</b>	<b>EBITDA %</b>
EBITDA distribuzione	1.416	646	770	13.420	10,6%
EBITDA publishing	641	0	641	909	70,5%
EBITDA TV Digitale	(111)	(125)	14	173	-64,2%
EBITDA Online Gaming	(110)	(30)	(80)	223	-49,3%
<b>EBITDA Consolidato</b>	<b>1.836</b>	<b>491</b>	<b>1.345</b>	<b>14.725</b>	<b>12,5%</b>

La percentuale di EBITDA del segmento del publishing internazionale di videogiochi è particolarmente elevata rispetto al fatturato (70,5%) in quanto una significativa parte dei costi è relativa agli ammortamenti dei costi di licenza.

La percentuale di EBITDA del segmento distribuzione si attesta al 10,6% dei ricavi in crescita del 219% rispetto a quello realizzato nel corso del primo trimestre dello scorso esercizio. Rimangono negativi 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>	<b>30 settembre 2004</b>	<b>30 settembre 2003</b>	<b>Variazione</b>	<b>Fatturato</b>	<b>EBITDA %</b>
EBIT distribuzione	1.195	247	948	13.420	8,9%
EBIT publishing	330	0	330	909	36,3%
EBIT TV Digitale	(131)	(136)	5	173	-75,7%
EBIT Online Gaming	(175)	(150)	(25)	223	-78,5%
<b>EBIT Consolidato</b>	<b>1.219</b>	<b>(39)</b>	<b>1.258</b>	<b>14.725</b>	<b>8,3%</b>

L'incremento significativo dell'EBIT di gruppo pari a 1.258 migliaia di Euro, che passa da un EBIT negativo per 39 migliaia di Euro dello scorso esercizio agli attuali 1.219 migliaia di Euro è interamente dovuto al miglioramento registrato nei segmenti della distribuzione e del publishing per rispettivamente 948 migliaia di Euro e 330 migliaia di Euro. Nonostante l'effetto degli ammortamenti faccia scendere la percentuale dell'EBIT sul fatturato relativo al segmento publishing dal 70,5% (percentuale dell'EBITDA sul fatturato) al 36,3%, tale percentuale rimane di tutto rispetto ed in virtù dei risultati prospettici del segmento in termini di ricavi attesi per l'esercizio foriera di ottime performance.

*Investimenti effettuati nel periodo*

L'attività di investimento nel corso dei tre mesi si è sviluppata 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. Gli investimenti realizzati a livello di gruppo nel periodo considerato sono pari a 698 migliaia di Euro come meglio dettagliati nel prospetto che segue:

<i>migliaia di Euro</i>	<b>30 settembre 2004</b>
Licenze internazionali di videogiochi	412
Attrezzature di magazzino	271
Attrezzature di <i>Office Automation</i>	15
<b>Totale Investimenti</b>	<b>698</b>

Non sono stati effettuati investimenti in immobilizzazioni finanziarie.

### Posizione finanziaria netta

L'indebitamento finanziario netto è in diminuzione di 537 migliaia di Euro scendendo da i 16.744 migliaia di Euro del 30 settembre 2003 agli attuali 16.207 migliaia di Euro. L'indebitamento netto a fine trimestre è in aumento di 263 migliaia di Euro rispetto al 30 giugno 2004, aumentando da 15.944 migliaia di Euro del 30 giugno 2004 a 16.207 migliaia di Euro di fine settembre 2004. La suddivisione tra le poste attive e le poste passive è la seguente:

<i>Migliaia di Euro</i>	<b>30 settembre 2004</b>	<b>30 giugno 2004</b>	<b>Variazione</b>
Titoli che non costituiscono immobilizzazioni	3.681	3.390	291
Disponibilità liquide	1.553	1.715	(162)
Debiti verso banche a breve	(19.271)	(18.711)	(560)
Debiti verso altri finanziatori a breve	0	(168)	168
<b>Posizione finanziaria netta a breve</b>	<b>(14.037)</b>	<b>(13.774)</b>	<b>(263)</b>
Debiti verso banche a medio	0	0	0
Obbligazioni convertibili	(2.170)	(2.170)	0
<b>Posizione finanziaria netta a medio</b>	<b>(2.170)</b>	<b>(2.170)</b>	<b>0</b>
<b>Posizione finanziaria netta finale</b>	<b>(16.207)</b>	<b>(15.944)</b>	<b>(263)</b>

L'andamento dell'attività distributiva, che è tuttora prevalente nell'ambito delle attività del gruppo, impone 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>	<b>30 settembre 2004</b>	<b>30 giugno 2004</b>	<b>Variazione</b>
Rimanenze	21.190	18.672	2.518
Crediti verso Clienti	20.205	18.545	1.660
Altri crediti a breve	3.156	2.401	755
Ratei e risconti attivi	675	402	273
Acconti da clienti	(1.064)	0	(1.064)
Debiti verso fornitori	(11.530)	(7.495)	(4.035)
Altri debiti a breve	(2.167)	(2.907)	740
Ratei e risconti passivi	(1.028)	(754)	(274)
<b>Capitale Circolante Netto</b>	<b>29.437</b>	<b>28.864</b>	<b>573</b>

*Evoluzione prevedibile della gestione*

In base alle informazioni che ad oggi sono disponibili l'esercizio che si chiuderà al 30 giugno 2005 chiuderà in linea con i dati previsionali esaminati dal Consiglio di Amministrazione in data 04 agosto 2004:

<b>Migliaia di Euro</b>	<b>Budget 2004/2005</b>	<b>Esercizio 2003/2004</b>	<b>Variazione</b>	
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%

<b>Relazione trimestrale al 30 Settembre 2004</b>			
<b>Situazione patrimoniale consolidata al 30 Settembre 2004</b>			
(valori espressi in migliaia di Euro)			
	<b>30/09/2004</b>	<b>30/06/2004</b>	<b>30/09/2003</b>
<b>Attivo</b>			
Attivo immobilizzato	3.862	3.784	6.428
Attivo circolante	58.382	53.318	43.044
<i>di cui disponibilità liquide ed attività finanziarie a breve termine</i>	5.234	5.105	4.868
Ratei e risconti attivi	675	402	347
<b>Totale attivo</b>	<b>62.919</b>	<b>57.504</b>	<b>49.819</b>
<b>Passivo</b>			
Capitale e riserve	20.688	20.235	18.465
Utile (Perdita) del periodo	386	457	(719)
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>21.074</b>	<b>20.692</b>	<b>17.746</b>
Fondi rischi	4.025	4.018	107
Trattamento di fine rapporto	590	589	525
Debiti	36.202	31.451	31.239
<i>di cui esigibili entro 12 mesi</i>	34.032	29.281	27.299
<i>di cui esigibili oltre 12 mesi</i>	2.170	2.170	3.940
Ratei e risconti passivi	1.028	754	202
<b>Totale passività</b>	<b>41.845</b>	<b>36.812</b>	<b>32.073</b>
<b>Totale passività e patrimonio netto</b>	<b>62.919</b>	<b>57.504</b>	<b>49.819</b>
Disponibilità liquide ed attività finanziarie a brevissimo termine	5.137	5.105	4.868
Debiti finanziari a breve termine	19.271	18.879	17.672
Debiti finanziari oltre 12 mesi	2.170	2.170	3.940
<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>(16.207)</b>	<b>(15.944)</b>	<b>(16.744)</b>

<b>Relazione trimestrale al 30 Settembre 2004</b>		
<b>Conto Economico Consolidato del primo trimestre 2005</b>		
(valori espressi in migliaia di Euro)		
	<b>Q1 2004/2005</b>	<b>Q1 2003/2004</b>
Ricavi delle Vendite	14.725	9.822
Variazione delle rimanenze	2.453	1.217
Altri Ricavi	138	38
<b>Valore della produzione</b>	<b>17.316</b>	<b>11.077</b>
Costi della produzione	(15.480)	(10.586)
<b>Margine operativo lordo (EBITDA)</b>	<b>1.836</b>	<b>491</b>
Ammortamenti	(617)	(530)
<b>Risultato operativo (EBIT)</b>	<b>1.219</b>	<b>(39)</b>
Risultato della gestione finanziaria	(582)	(503)
Oneri straordinari	(251)	(177)
<b>Utile prima delle imposte (EBT)</b>	<b>386</b>	<b>(719)</b>

<b>Relazione trimestrale al 30 Settembre 2004</b>			
<b>Situazione patrimoniale Digital Bros S.p.A. al 30 Settembre 2004</b>			
(valori espressi in migliaia di Euro)			
	<b>30/09/2004</b>	<b>30/06/2004</b>	<b>30/09/2003</b>
<b>Attivo</b>			
Attivo immobilizzato	4.639	4.477	9.319
Attivo circolante	58.524	54.808	47.382
<i>di cui disponibilità liquide ed attività finanziarie a breve termine</i>	5.158	4.975	4.786
Ratei e risconti attivi	326	276	114
<b>Totale attivo</b>	<b>63.489</b>	<b>59.561</b>	<b>56.815</b>
<b>Passivo</b>			
Capitale e riserve	20.683	28.128	26.379
Utile (Perdita) del periodo	387	(7.442)	(439)
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>21.070</b>	<b>20.686</b>	<b>25.940</b>
Fondi rischi	6.533	6.199	107
Trattamento di fine rapporto	561	545	474
Debiti	34.437	31.510	30.092
<i>di cui esigibili entro 12 mesi</i>	32.267	29.340	26.152
<i>di cui esigibili oltre 12 mesi</i>	2.170	2.170	3.940
Ratei e risconti passivi	888	621	202
<b>Totale passività</b>	<b>42.419</b>	<b>38.875</b>	<b>30.875</b>
<b>Totale passività e patrimonio netto</b>	<b>63.489</b>	<b>59.561</b>	<b>56.815</b>
Disponibilità liquide ed attività finanziarie a brevissimo termine	5.061	4.975	4.786
Debiti finanziari a breve termine	19.265	18.875	17.672
Debiti finanziari oltre 12 mesi	2.170	2.170	3.940
<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>(16.277)</b>	<b>(16.070)</b>	<b>(16.826)</b>

<b>Relazione trimestrale al 30 Settembre 2004</b>		
<b>Conto Economico Digital Bros S.p.A. del primo trimestre 2004</b>		
(valori espressi in migliaia di Euro)		
	<b>Q1 2004/2005</b>	<b>Q1 2003/2004</b>
Ricavi delle Vendite	14.341	9.643
Variazione delle rimanenze	2.450	1.217
Altri Ricavi	331	38
<b>Valore della produzione</b>	<b>17.122</b>	<b>10.898</b>
Costi della produzione	(15.061)	(10.252)
<b>Margine operativo lordo (EBITDA)</b>	<b>2.061</b>	<b>646</b>
Ammortamenti	(532)	(405)
<b>Risultato operativo (EBIT)</b>	<b>1.529</b>	<b>241</b>
Risultato della gestione finanziaria	(581)	(503)
Rettifiche di valore di attività finanziarie	(328)	0
Oneri straordinari	(233)	(177)
<b>Utile prima delle imposte (EBT)</b>	<b>387</b>	<b>(439)</b>