

Raportul administratorilor pentru anul 2020



Cuprins

Informații despre Emitent.....	3
Despre Firebyte Games SA.....	4
Informații generale	4
Scurt istoric	4
Strategia și modelul de afaceri	5
Parteneriatele de tip <i>revenue-share</i> , clienți principali	5
Dezvoltarea și publicare de jocuri de tip Casual	6
Etapile dezvoltării produselor și testarea lor	6
Portofoliul de produse	8
1. Castle Siege: War of Legends	8
2. Cooking Story	9
3. Jocuri hypercasual.....	11
Activitatea în anul 2020	13
Analiza rezultatelor financiare în anul 2020	16
1. Poziția financiară.....	16
2. Contul de profit și pierdere.....	17
3. Evenimente importante după încheierea exercițiului	17
Acțiunile Firebyte Games SA.....	18
Informații cu privire la acțiuni și structura acționariatului	18
Riscuri.....	20
1. Riscuri de natură operațională	20
2. Riscuri legate de piață și concurență	21
3. Riscuri macroeconomice și de natură financiară	21
Elemente de perspectivă și obiective în anul 2021	22
Echipa Firebyte Games	23
Conducere executivă, personal și colaboratori.....	23
Organe de administrare și supraveghere.....	23
Auditorul financiar al societății	24
Bilanțul contabil la 31.12.2020	25
Contul de profit și pierdere la 31.12.2020	26
Declarația persoanei responsabile din cadrul companiei.....	27

Informații despre Emitent

Date de identificare

Nume	Firebyte Games S.A.
Cod fiscal	38624397
Număr înregistrare Registrul Comerțului	J12/6845/2017
Sediu social	Cluj-Napoca, Calea Motilor, nr. 119, et. 3
Website	www.firebyte.ro
Email	support@firebyte-games.com

Informații despre valorile mobiliare

Capital subscris și vărsat	3.521.782,70 lei
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	MTS AeRO Premium
Număr total acțiuni	35.217.827 acțiuni
Simbol	FRB

www.firebyte.rosupport@firebyte-games.com

Despre Firebyte Games SA

Informații generale

Firebyte Games SA este o societate pe acțiuni organizată și care funcționează în conformitate cu legislația din România, fiind înregistrată la Oficiul Registrului Comerțului Cluj sub nr. J12/6845/2017, CUI 38624397. Societatea are sediul social în Cluj-Napoca, Calea Moților nr.119 et.3 , jud. Cluj.

La 31.12.2020, capitalul social, subscris și integral vărsat al Emitentului este de 1.222.070 lei, divizat în 122.207 acțiuni, cu o valoare nominală de 10 lei/acțiune. Potrivit Actului Constitutiv, obiectivul principal al societății în reprezintă *Activități de realizare a soft-ului la comandă (software orientat client)* – cod CAEN 6201.

În data de 15 ianuarie 2021, Adunarea Generală Extraordinară a hotărât majorarea capitalului social al companiei de la valoarea de 1.222.070 lei la 2.641.782,70 lei prin conversia în acțiuni a creanțelor deținute de actionari față de societate, și ajustarea valorii nominale a unei acțiuni la 0,1 lei.

În Adunarea Generală Extraordinară din data de 1 februarie 2021 s-a hotărât majorarea capitalului social cu valoarea de maxim 880.000 lei, respectiv de la valoarea de 2.641.786,70 lei la valoarea de 3.521.786,70 lei, prin aport în numerar din partea investitorilor participanți în cadrul unui plasamentului privat derulat de companie anterior listării la bursă, la un preț de subscriere de 0,56 lei/acțiune.

În data de 15 februarie 2021 plasamentul privat intermediat de către SSIF BRK Financial Group s-a încheiat cu succes, cele 8.800.000 acțiuni noi fiind vândute integral la un preț de subscriere de 0,56 lei/acțiune. În urma acestei operațiuni, capitalul social al societății s-a majorat la valoarea de 3.521.782,70 lei, divizat într-un număr de 35.217.827 acțiuni cu valoarea nominală de 0,1 lei/acțiune.

Scurt istoric

Firebyte Games S.A., a fost înființată în luna decembrie 2017, fiind specializată în dezvoltarea de jocuri pentru dispozitive mobile. Activitatea companiei se desfășoară într-un mediu foarte dinamic și concurențial având în vedere că accesul la piața globală este unul destul de facil.

Proiectul Firebyte Games a fost definit și inițiat de către Dl. Ovidiu Stegaru, acesta ocupând funcția de director general de la înființare și până în prezent. Susținerea financiară a societății a fost realizată de către grupul BRK Financial Group și de dl. Andrici Adrian.

Expertiza dlui Ovidiu Stegaru, precum și experiența acestuia și a echipei pe care a propus-o pentru lansarea și dezvoltarea proiectului Firebyte, coroborată cu dinamica foarte bună a industriei jocurilor la nivel global, au reprezentat principalii catalizatori investiționali.



Primul proiect conceput, planificat, organizat și dezvoltat de companie a fost jocul de strategie *Castle Siege: War of Legends*, a cărui dezvoltare s-a întins pe tot parcursul anului 2018 și în prima parte din 2019.

Începând cu anul 2019, compania a perfectat parteneriate cu publisheri renumiți la nivel global. Această opțiune strategică a fost adoptată în special datorită faptului că bugetul de marketing pentru lansarea unui joc pe piața globală este unul însemnat iar succesul unui joc depinzând în mare măsură de bugetul de marketing folosit în campania de publishing.

În decursul celor 3 ani de activitate compania a dezvoltat 45 jocuri sau prototipuri de jocuri pentru dispozitive mobile, majoritatea fiind de tipul *Hypercasual* în cadrul parteneriatelor de tip „revenue-share”.

Strategia și modelul de afaceri

Încă de la înființare, compania și-a stabilit un obiectiv îndrăzneț pe termen mediu și lung, de a ajunge un studio de jocuri important și recunoscut la nivel global, atât în zona de dezvoltare cât și de publicare a jocurilor realizate pentru dispozitive mobile.

În cei trei ani de activitate, compania a investit semnificativ în dezvoltarea personalului, gestionarea și colectarea datelor, precum și îmbunătățirea proceselor de monitorizare și gestionare a proiectelor de către conducerea executivă.

Principalii factori care stau la baza succesului unei companii din industria de jocuri dezvoltate pentru dispozitive mobile sunt:

- Configurarea și managementul echipelor de dezvoltare;
- Managementul specificațiilor și a elementelor cheie ale produsului;
- Arhitectura jocului;
- Marketingul jocului.

Modelul de afaceri al companiei vizează două direcții:

- Dezvoltarea de jocuri în colaborare cu parteneri externi, prin acorduri de tip „revenue-share”
- Dezvoltarea și publicarea de jocuri de tip *casual* în regim propriu.

Parteneriatele de tip *revenue-share*, clienți principali

Începând cu anul 2019 compania și-a propus extinderea modelului de business prin semnarea unor parteneriate de tip „revenue-share” cu publisheri recunoscuți la nivel global.

Această linie de business a fost studiată și adoptată de către conducerea companiei, având în vedere intenția societății de orientare spre segmentul de jocuri de tip *Hypercasual*. Opțiunea strategică a fost adoptată având la bază experiența și instrumentele de colectare a datelor utilizate de către unii dintre cei mai importanți publisheri din industrie. Bugetele de marketing (achiziție de utilizatori-jucători) necesare



promovării, concomitent pentru mai multe proiecte, se ridică la valori însemnate, care erau dificil, dacă nu imposibil, de susținut de către companie.

Parteneriatele de tip “*revenue-share*” pleacă de la premiza că atât compania cât și partenerul publisher vor depune toate eforturile pentru a obține un joc de succes, iar profitul rezultat în urma publicării jocului la nivel global să fie împărțit în cote egale.

În baza contractelor perfectate, costurile de dezvoltare directe, ce includ costurile cu echipa angrenată exclusiv în dezvoltarea produselor, sunt suportate de către partenerul publisher, și în funcție de complexitatea jocurilor dezvoltate, Firebyte Games SA se obligă să producă și să livreze lunar un anumit număr de proiecte de jocuri pentru dispozitive mobile. Totodată, partenerul publisher pune la dispoziția companiei instrumentele necesare monitorizării indicatorilor de performanță a produselor dezvoltate și aloca bugetele necesare atât în faza de testare cât și în faza de lansare a jocului.

Pe parcursul anului 2020 societatea a semnat contracte de parteneriat în regim “*revenue-share*” cu renumiți publisheri externi, precum *Rollic Games*, *Boombit* și *JoyPac Group* din China.

Dezvoltarea și publicare de jocuri de tip Casual

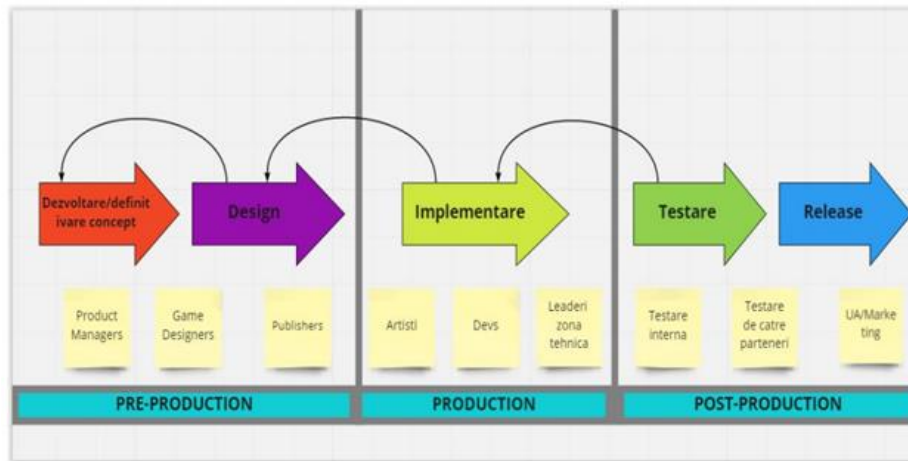
Pentru a ne îndeplini obiectivul stabilit la înființare și anume de a ajunge un studio de jocuri important la nivel global pe segmentul jocurilor mobile, este necesar să fie dezvoltate proiecte proprii care să fie publicate sub numele Firebyte Games.

Conducerea companiei consideră oportună dezvoltarea acestei linii de business, chiar dacă implică resurse importante, în special, în privința bugetelor de marketing ce vizează achiziția de utilizatori-jucători.

Etapele dezvoltării produselor și testarea lor

Fluxul operational de dezvoltare a unui produs hyper-casual

Pentru a dezvolta un joc *hypercasual* de succes, la o viteză extrem de rapidă, trebuie să existe în cadrul companiei un proces de producție clar, care să se concentreze pe designul jocului. Înainte de a începe dezvoltarea unui joc *hypercasual*, trebuie să fie asigurate o serie de instrumentele și active, care să faciliteze fiecare etapă de dezvoltare.



- **Pre-production-** Această etapă presupune o serie de acțiuni necesare, cât și o serie de întrebări care trebuie adresate pentru a lua cea mai bună decizie în ceea ce privește prototiparea unei idei.
 - Setare ședințe de *ideation*- se identifică o serie de idei și mecanici pentru a fi detaliate folosind tehnica celor 5 *Why's*.
 - Analiză date și *trends* - pe baza datelor extrase din industrie, se aleg ideile cu cel mai mare potențial pentru a fi dezvoltate și se setează o serie de ședințe de *refinement*, în cadrul cărora se conturează jocul în linii mari.
 - Comunicare idei către parteneri- împreună cu partenerii noștri, decidem de comun acord care sunt ideile care merită a fi dezvoltate împreună, într-un *timeline* scurt și cu un buget cât mai mic investit.
 - Game design- creare GDD și *mockups* pentru ideile alese.
- **Production-** Această etapă este una dintre cele mai provocatoare etape ale dezvoltării jocurilor *hyper-casual*. Pe baza GDD-ului se începe procesul de development în cadrul căruia sunt implicate următoarele poziții:
 - 3D Artist
 - Developer
 - *Leaderi* pe zona tehnică (Art Director, Tech Leads, etc)
 - Game Designer

În acest stadiu, prototiparea unui joc de genul acesta presupune:

- Creare, achiziție și modificare artă 3D
 - Dezvoltare structură proiect și mecanici specifice- *taskuri* asignate echipei de *development*
 - Game Designers oferă suport echipei pentru crearea unei experiențe dinamice, captivante și potrivite nișei *hyper-casual*
 - Sound designers implicați pentru a alege cele mai bune sunete care să transmit mesajul dorit către utilizatori
- **Post-production-** Această etapă este un moment stresant în cadrul ciclului de viață al unui joc, deoarece acum apare partea de testare, cât și întrebarea dacă jocul este potrivit pentru a satisface publicul căruia se adresează.

Jocurile sunt testate atât intern, cât și extern, de către partenerii noștri pentru a putea optimiza o serie de aspecte.

Tot în cadrul acestei etape se pot testa o serie de concepte și specificații, prin diverse tehnici și procese, care pot oferi o serie de informații prețioase pentru ca lansarea pe piață să fie cu succes.

- **Testarea produselor**- Pentru determinarea potențialului de succes a produselor dezvoltate de către companie, acestea sunt supuse testării, anterior lansării pe piața globală.

Testarea produselor se realizează prin aplicarea testelor CTR (*click-through rate*) și CPI (*cost per install*). Testul CTR este aplicat produselor aflate în faza de prototip și este utilizat pentru a obține primul feedback. Testul implică realizarea unor scurte materiale video (*creatives*), care sunt diseminate pe principalele rețele de socializare. În funcție de rezultatele obținute se continuă dezvoltarea prototipului sau se renunță la proiect. Testul CPI este aplicat produselor care au obținut rezultate bune la testele CTR realizate, produsul aflându-se într-o fază ulterioară pre-producției.

În condițiile obținerii unor rezultate satisfăcătoare, produsul parcurge toate etapele de dezvoltare fiind implementate sistemele de monetizare, mecanicile de retenție și finisarea produsului astfel încât să fie pregătit pentru faza de pre-lansare.

În faza de pre-lansare este testată retenția în primă fază, pentru ca ulterior să fie evaluate și partea de timp mediu petrecut în joc de către utilizator și componenta de monetizare.

Lansarea produsului pe piața globală și stabilirea bugetelor de marketing este condiționată de obținerea unor rezultate pozitive, în mod explicit este vorba despre o diferență pozitivă între indicatorul ARPU (venit mediu per utilizator) și CPI (costul per instalare).

Portofoliul de produse

În decursul ultimilor 3 ani compania a dezvoltat peste 45 de proiecte constând în jocuri pentru dispozitive mobile.

Majoritatea jocurilor dezvoltate sunt de tip *Hypercasual*, în baza parteneriatelor încheiate cu publisheri, însă au fost realizate și proiecte mai complexe din categoria jocurilor *mid-core* cum sunt: *Castle Siege: War of Legends* și *Cooking game*, care au adus un capital mare de imagine a companiei în rândul partenerilor.

1. Castle Siege: War of Legends

Castle Siege: War of Legends este primul joc realizat de către societate. *Castle Siege: War of Legends* este un joc de strategie în care jucătorii au posibilitatea să se confrunte în timp real.



Scenariul Castle Siege: War of Legends. Obiectivul jocului vizează distrugerea turnului central al oponentului sau distrugerea unui număr mai mare de turnuri decât a adversarului. Durata unei partide este de 3 minute, iar pentru a distruge turnurile adversarului sunt utilizate trupe reprezentate de carduri. Jocul dispune de o diversitate de carduri cu unități specializate în diferite tipuri de lupte. Pentru îmbunătățirea performanțelor cardurilor sunt utilizate monede, care se regăsesc în cutii.

Castle Siege: War of Legends este un joc de strategie care oferă o experiență de joc similară jocului de succes *Castle Crush*. Grafica jocului este una de înaltă calitate apreciată de cei mai importanți publisheri.

Arhitectura și designul jocului întrunesc criteriile de calitate superioară a jocurilor din categoria de strategie, principalele caracteristici fiind:

- Joc Real Time
- Player vs Player
- Profil jucator;
- Obiective / realizări
- Caracteristici sociale – Trimite și primește monede cadou.
- Social – Clasament
- Multiplayer
- Scenariu / Grafică / Animație / Sunet de înaltă calitate



2. Cooking Story

Cooking Story: este un joc de time management, cu elemente de *tycoon* și *idle*, în care utilizatorii trebuie să servească zeci de clienți înfometați cu preparatele dorite.

Clienții așteaptă să fie serviți, dar nu vor aștepta pentru totdeauna! Jucătorul trebuie să aleagă cu atenție ce feluri de mâncare să gătească, și să-și pună bucătarii la treabă. Dacă jucătorul nu alege preparatul potrivit, va trebui să aștepte până bucătarul a terminat de gătit pentru a-i da o nouă comandă. Între timp, clientul... ei bine, nu va fi mulțumit!

Pentru a face aceste sarcini mai ușoare, jucătorul se poate folosi de Bucătari angajați. Fiecare bucătar are o serie de abilități pasive și active care se aplică doar restaurantului în care lucrează! Abilitățile lor de gestionare generează venituri mai mari de-a lungul timpului în restaurantul respectiv. Cu cât bucătarul este mai rar, cu atât mai mulți bani și mai multe abilități!

Când evoluția devine dificilă, este timpul să faceți *upgrade*! Jucătorul poate îmbunătăți diverse obiecte în restaurantele sale, de la alimente la designuri de interior!

Clienții lasă recenzii, iar aceste recenzii conduc progresul jucătorului prin joc urmând motto-ul: „Clientul are întotdeauna dreptate!”. Fiecare recenzie este tratată ca o misiune, sugerând cum și când să faceți upgrade pentru a îmbunătăți statisticile restaurantelor și pentru a progresa către noi țări și restaurante!

În general, Cooking Story este o abordare progresivă și proaspătă a genului de jocuri de gătit, cu un *gameplay* unic și aspecte de management provocatoare.

Elemente incluse:

- Joc unic de gestionare a timpului
- Sute de niveluri
- Șapte restaurante diferite de deblocat și îmbunătățit
- Sistemul de evaluare al clienților - Precum Trip Advisor
- Venituri pasive - Aspectul Idle
- Zeci de bucătari calificați de angajat
- Camion de livrare – Gacha
- Premii și misiuni zilnice.





3. Jocuri hypercasual

Knitting Master: este un joc hypercasual în care jucătorul trebuie să tricoteze haine pentru a câștiga bani de la clienții săi. Cu un *gameplay* relaxant, în care utilizatorul atinge ghebele de ață potrivite pentru a tricota, rând cu rând, modelul dat, *Knitting Master* îi menține pe jucători dependenți de mecanica de bază a jocului.

Nivelurile *Challenge* caută perfecționistul din interiorul fiecărui jucător, deoarece acestea îl provoacă să finalizeze un model fără butonul de Anulare disponibil pentru a remedia greșelile enervante. *Boostere* și bonusuri pentru tricatat la perfecție așteaptă jucătorii pricepuți, care își asumă sarcina de a finaliza o mulțime de modele în acest joc unic, captivant și relaxant.

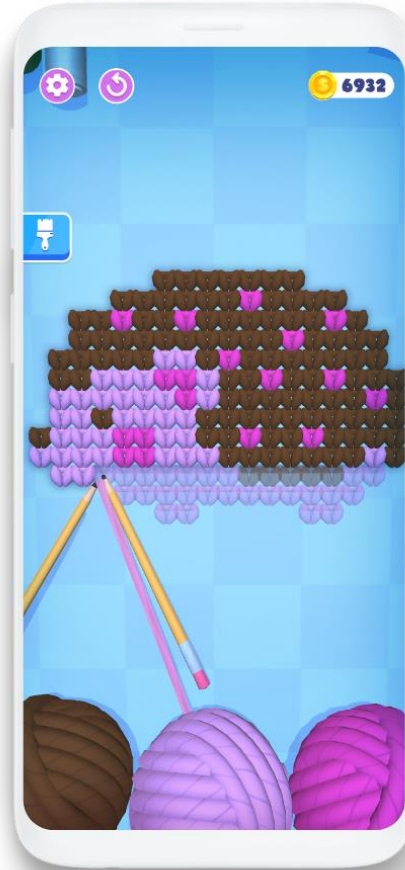
Elemente incluse:

- Zeci de articole vestimentare care pot fi completate
- Niveluri Challenge
- Booster de auto-tricotat
- Bonus de tricatat la perfecție
- Niveluri bonus

4.6
out of 5



4,699 Ratings



Starline: În opinia noastră unul dintre cele mai interesante jocuri de puzzle online. Obiectivul utilizatorului în acest joc este să completeze tot felul de puzzle-uri provocatoare prin desenarea unor linii. Există numeroase niveluri de încercat și finalizarea aceste provocări mentale într-un mod educativ timp în care utilizatorul se bucură de o experiență unică.



www.firebyte.ro



support@firebyte-games.com



Super Monster Smash. Modul de joc este simplu: atinge, ține apăsat și glisează în direcția în care dorești să mergi, iar monstrul face restul. Cât timp ești mic, distrugerea unei clădiri necesită un pic de insistență și nu te poți pune cu monștrii mai mari, dar odată ce crești, nimic nu te poate opri ... Cu excepția umanității, desigur, care se luptă și ea, așa că nu uita să fi atent la bombele pe care le trimit să te distrugă. Fugi sau pur și simplu evită-le pentru a deveni un monstru de neoprit!



Activitatea în anul 2020

În prima parte a anului 2020 activitatea companiei s-a concentrat preponderent pe dezvoltarea jocului *Cooking Story*, având ca obiectiv finalizarea produsului și pregătirea lui pentru faza de *soft-launch* care este planificată pentru anul 2021.



www.firebyte.ro



support@firebyte-games.com

Având în vedere complexitatea proiectului, durata mai extinsă de execuție și costurile destul de ridicate a acestui proiect, conducerea companiei a intensificat eforturile în direcția construirii unei noi linii de business și dezvoltarea de jocuri din categoria *hypercasual* prin contractarea unor publisheri externi.

Această decizie a fost motivată și de interesul tot mai mare al utilizatorilor pentru jocurile din categoria *hypercasual* care s-au bucurat de rezultate extraordinare în ultimii 2 ani, și cu atât mai mult după apariția noului coronavirus.

Cu toate acestea, apariția pandemiei COVID-19 a avut un efect negativ asupra companiei deoarece o serie de contracte nu au putut fi perfectate în primele luni ale anului, iar costurile ridicate cu personalul a impus o restructurare a echipelor de development, cu atât mai mult cu cât focusul companiei a fost direcționat spre zona jocurilor *hypercasual*.

Începând cu luna Mai 2020, societatea a semnat un parteneriat de colaborare cu compania *Rollic Games* în vederea dezvoltării și publicării unor jocuri din categoria *hypercasual*. Conform clauzelor contractuale publisherul din Tucia s-a angajat să acopere costurile lunare de dezvoltare a proiectelor precum și repartizarea a 50% din profitul rezultat din publicarea produselor dezvoltate cu aceștia.

Pe parcursul anului 2020, în baza parteneriatului încheiat cu *Rollic Games*, au fost dezvoltate și livrate un număr de 30 prototipuri care au ajuns în faza de PRE-PRODUCTION și PRODUCTION. De menționat, că la nivelul industriei jocurilor mobile pe segmentul *hypercasual games*, un procent de 2-3% din numărul total de prototipuri trec de faza de PRODUCTION și ajung să fie puse pe piață și scalate la nivel global.

În cazul nostru, dintre cele 30 de prototipuri dezvoltate în anul 2020, doar două jocuri au întrunit setul de indicatori de performanță (KPI) pentru a fi publicate pe piață însă după faza de testare (soft-launch) doar un singur produs, respectiv *Knitting Master*, a generat rezultate bune pentru a putea fi lansat pe piața globală. De la lansarea oficială, jocul *Knitting Master* a fost descărcat de un număr de 273.509 jucători, având o retenție pe ziua 1 de 38% iar timpul mediu petrecut în joc fiind de 19 minute/zi.

O vizualizare grafică acestor date este reprezentată în imaginile de mai jos:



New users	New users	DAU	Session length	Day 1
7,206	7,206	8,941	242.31s (-5.04%)	46.06%
10,919	10,919	15,463	264.40s (3.62%)	41.68%
10,909	10,909	18,635	264.68s (3.73%)	37.35%
10,456	10,456	19,624	267.54s (4.85%)	37.36%
10,508	10,508	20,877	256.08s (0.36%)	35.46%
9,543	9,543	19,443	254.40s (-0.30%)	33.25%
7,644	7,644	18,555	236.68s (-7.24%)	34.27%
9,598	67,185	121,538	255.16s	37.92%

Sursa date: gameanalytics

Pe finalul anului 2020 au fost încheiate noi contracte pentru dezvoltarea de jocuri *hypercasual* în parteneriate de tip “*revenue-share*” cu câțiva dintre cei mai importanți publisheri precum Boombit, Joypack, ș.a.

Din punct de vedere al echipelor de development, pe parcursul anului 2020 au fost funcționale în medie 2 echipe pe lună. Reușita încheierii de noi contracte cu partenerii externi menționați mai sus a necesitat recrutarea de personal și colaboratori. Astfel, la finalul anului 2020 erau constituite 4 echipe de producție, fiecare echipă fiind formată din: programator, game designer, artist 3D și Technical Artist. Obiectivul fiecărei echipe de development este acela de a livra minim 2 prototipuri *hypercasual* pe lună.

Analiza rezultatelor financiare în anul 2020

1. Poziția financiară

FIREBYTE GAMES S.A.		Bilant contabil ('000 RON)		
		Pentru perioada [Dec 31, 2018 - Dec 31, 2020]		
Active imobilizate		2018	2019	2020
Imobilizari necorporale		845	1,717	2,932
Imobilizari corporale		-	30	66
Imobilizari financiare		-	-	-
Active imobilizate - Total		845	1,747	2,998
Active circulante				
Stocuri		-	-	-
Creante		6	4	128
Investitii pe termen scurt		-	-	-
Casa si conturi la banci		7	38	28
Active circulante - Total		13	42	155
Datorii pe termen scurt		750	1,568	1,504
Active circulante nete / datorii curente nete		(737)	(1,525)	(1,349)
Active minus datorii curente		108	221	1,648
Datorii pe termen lung		105	-	-
Capital si rezerve				
Capital subscris varsat		100	100	1,222
Rezerve		-	12	27
Profitul sau pierderea reportata		-	(122)	109
Profitul sau pierderea exercitiului		(97)	243	305
Repartizarea profitului		-	12	
Capitaluri proprii - Total		3	221	1,648

Activele companiei sunt reprezentate în principal de portofoliul de produse dezvoltate, imobilizările necorporale reprezentând apx. 92% din totalul activelor. În anul 2020 societatea a dezvoltat jocurile *Knitting Master* și *Cooking Story*, acestea fiind capitalizate în bilanț la valoarea cheltuielilor de dezvoltare. Imobilizările corporale au crescut în anul 2020 cu suma de 36 mii de lei pe fondul unor achiziții de echipamente de calcul, valoarea acestora fiind de cca 66 mii lei. Activele circulante ale societății au crescut în ultimul an la 190 mii lei pe seama creșterii creanțelor.

Datoriile societății sunt exclusiv pe termen scurt și se cifrau la finalul anului 2020 la cca 1,51 milioane lei, din care 1,42 milioane reprezentau datorii către acționari. Aceste datorii reprezintă împrumuturi acordate de către acționari de-a lungul timpului și au fost convertite în elemente de capital propriu în urma deciziei AGEA din luna ianuarie 2021 prin care s-a decis majorarea capitalului social al companiei prin conversia datoriilor financiare în acțiuni.

2. Contul de profit și pierdere

FIREBYTE GAMES S.A. Contul de profit si pierdere ('000 RON)

Pentru perioada [Dec 31, 2018 - Dec 31, 2020]

Venituri	2018	2019	2020
Cifra de afaceri neta	19	735	689
Alte venituri	807	875	1,218
Total venituri	826	1,610	1,908
Cheltuieli			
Costul materiilor prime si a consumabilelor	3	14	7
Cheltuieli cu personalul	122	277	602
Ajustari de valoare	3	(18)	19
Alte cheltuieli	776	1,085	969
Total cheltuieli	904	1,358	1,596
Impozite	1	8	7
Rezultatul net	(97)	243	305

Încă de la înființare, veniturile companiei au fost generate atât din dezvoltarea propriilor produse, cât și din jocurile dezvoltate pentru parteneri externi și publisheri renumiți pe baza unor acorduri de tip „revenue-share”.

Restructurarea echipelor de development de la începutul anului, după apariția virusului Sars-CoV2, a avut o influență negativă asupra veniturilor generate în 2020. În a doua parte a anului dinamica financiară a fost una de creștere, deoarece compania a încheiat noi parteneriate pentru proiecte de tip „revenue-share”.

Per ansamblul anului 2020, veniturile companiei s-au cifrat la suma de 1,9 milioane lei în 2020, din care veniturile obținute în baza contractelor semnate cu partenerii externi s-au ridicat la suma 689 mii lei. Totodată, din capitalizarea jocurilor realizate pe parcursul anului 2020 compania a înregistrat venituri de 1.218 mii lei.

În condițiile în care veniturile operaționale au crescut într-un ritm mai alert decât avansul cheltuielilor, profitabilitatea companiei s-a îmbunătățit pe parcursul anului 2020. Astfel, societatea a încheiat anul 2020 cu un profit net de peste 304 mii lei față de un rezultat pozitiv de 243 mii lei în anul 2019.

3. Evenimente importante după încheierea exercițiului

În data de 15 ianuarie 2021, Adunarea Generală Extraordinară a hotărât majorarea capitalului social al companiei de la valoarea de 1.222.070 lei la 2.641.782,70 lei prin conversia în acțiuni a creanțelor deținute de actionari față de societate, operațiunea fiind finalizată la momentul realizării prezentului document.



În 15 februarie 2021 s-a încheiat cu succes un plasament privat intermediat de către BRK Financial Group prin care au fost vândute 25% din acțiunile nou-emise. Investitorilor li s-au alocat 8.800.000 acțiuni noi cu o valoare nominală de 0,1 lei/acțiune și un preț de subscriere de 0,56 lei/acțiune.

La momentul redactării acestui raport, companiile de *publishing* cu care societatea are perfectate parteneriate de tip “*revenue-share*” sunt: *Voodoo, Azur Games, Tap Nation, Moonee, JoyPac Group și Homa Games.*

Valoarea cumulată a contractelor cadru de colaborare în regim “*revenue-share*”, care include și o componentă de dezvoltare a produselor a căror costuri sunt suportate aproape intergral de publisheri, se ridică la suma de 54.000 USD/lună. Această valoare este variabilă și este direct corelată cu numărul de echipe de development care pot fi alocate fiecărui publisher.

Acțiunile Firebyte Games SA

Informatii cu privire la acțiuni și structura acționariatului

La data de 31.12.2020, capitalul social al Firebyte Games S.A. este de 1.222.070 lei, divizat în 122.207 acțiuni ordinare, dematerializate, indivizibile, fiecare cu o valoare nominală de 10 lei.

Acționari	Acțiuni deținute	
	(Număr)	(%)
SAI Broker SA	30.475	24,94%
SSIF BRK Financial Group SA	86.682	70,93%
Andrici Adrian	4.950	4,05%
Stegaru Ovidiu	100	0,08%
Total	122.207	100 %

Modificări ale capitalului social

Capitalul social inițial al companiei a fost de 100.000 lei, el fiind, ulterior, majorat, până la valoarea de 1.222.207 lei, prin conversia creanțelor pe care acționarii le aveau față de Societate, izvorâte din activitatea de creditare prin care aceștia au susținut dezvoltarea societății, pe parcursul celor 3 ani de activitate.

În Adunarea Generală Extraordinară din data de 15.01.2021 s-a hotărât majorarea capitalului social cu valoarea de 1.419.712 lei prin compensarea creanțelor lichide și exigibile deținute de creditorii cu acțiuni ale Societății, în urma căreia a avut loc majorarea capitalului social al S.C. Firebyte Games S.A. de la valoarea de 1.222.070 lei existentă la 31.12.2020 la valoarea de 2.641.782,7 lei. De asemenea, în baza hotărârii AGA Extraordinară mai sus menționată s-a decis modificarea valorii nominale a acțiunilor la 0,1 lei / acțiune.

În Adunarea Generală Extraordinară din data de 01.02.2021 s-a hotărât majorarea capitalului social cu valoarea de maxim 880.000 lei, respectiv de la valoarea de 2.641.786,7 lei la valoarea de 3.521.786,7 lei, prin aport în numerar din partea investitorilor participanți în cadrul unui plasamentului privat derulat de companie anterior listării la bursă, la un preț de subscriere de 0,56 lei/acțiune.

În data de 15 februarie 2021 plasamentul privat intermediat de către SSIF BRK Financial Group s-a încheiat cu succes, cele 8.800.000 acțiuni noi fiind vândute integral la un preț de subscriere de 0,56 lei/acțiune.

În urma încheierii cu succes a plasamentului privat din luna februarie 2021, conform informațiilor din Registrul Acționarilor Societății, capitalul social al societății este de 3.521.782,70 lei și are următoarea structură:

Acționari	Acțiuni deținute	
	(Număr)	(%)
SAI Broker SA	5.288.448	15,02%
SSIF BRK Financial Group SA	16.866.123	47,89%
Andrici Adrian	4.253.256	12,08%
Stegaru Ovidiu	10.000	0,01%
Alti actionari	8.800.000	25,00%
Total	35.217.827	100 %



Riscuri

1. Riscuri de natură operațională

Riscul operațional este riscul ca societatea să înregistreze pierderi ca rezultat al unor procese interne inadecvate, erori umane sau de sistem sau ca rezultat al unor evenimente externe, al riscului legislativ sau juridic.

Riscul legat de strategia de dezvoltare a produselor. Dezvoltarea unui produs implică o componentă de cercetare de piață, definirea unui prototip de produs și stabilirea unei strategii de dezvoltare, astfel încât produsul să poată fi lansat cu succes. Metodologia de dezvoltare a produselor utilizată în general de către dezvoltatorii de jocuri, și adoptată și la nivelul companiei noastre, este de tip *agile*, implicând riscuri legate în special de termenele de finalizare a produselor, survenite în baza unor potențiale modificări pe parcursul fazei de dezvoltare a produselor.

Pentru produsele de tip *Hypercasual*, acest risc este mai redus, având în vedere că perioada de dezvoltare a unui produs este mult mai scurtă comparativ cu produsele mai complexe, însă materializarea lui poate aduce un efect în lanț care va determina o diminuare a numărului de prototipuri realizate în baza contractelor semnate cu publisherii și implicit o scădere a veniturilor din dezvoltare.

Riscul legat de personal și colaboratori în activitatea de dezvoltare. Modul de organizare și dezvoltare de produse ce include și colaboratori externi conduce la creșterea riscului de personal, putând exista situații în care persoanele implicate să renunțe pentru alte poziții sau proiecte mai bine remunerate. Materializarea acestor riscuri ar aduce cel mai probabil întârzieri în dezvoltarea produselor proprii și/sau eventuale pierderi la nivelul calității acestora.

Având în vedere creșterea gradului de selectivitate a produselor lansate pe piața globală, succesul produsului este dependent într-o foarte mare măsură de calitatea acestuia atât în ceea ce privește mecanismele de joc cât și în ceea ce privește partea de design.

Conducerea companiei are în prim plan un management eficient al resursei umane, existând mecanisme de evaluare implementate astfel încât angajații de calitate să fie păstrați în companie.

Cu toate acestea, având în vedere nivelul ridicat al fluctuației de personal la nivel de sector, conducerea companiei consideră că acest factor de risc este unul foarte important, iar materializarea lui poate influența în mod semnificativ activitatea operațională și financiară a societății.

Riscul legat de planificare și managementul bugetului de dezvoltare. Managementul proiectelor și alocarea resurselor corespunzătoare este esențială în cadrul unei companii de dezvoltare a jocurilor pentru dispozitive mobile. Gradul de utilizare a resurselor, în special a resurselor umane, este esențial pentru eficiența procesului de dezvoltare. Planificarea procesului de dezvoltare este absolut necesară pentru încadrarea în termenele de livrare estimate. Fiecare întârziere apărută pe o fază de dezvoltare a produsului poate genera întârzieri în lant pe alte componente, astfel încât în cazul materializării acestui risc, livrarea la timp a produselor/proiectelor dezvoltate să nu mai poată fi realizată.

Riscul legat de definirea sau modificarea specificațiilor. Specificațiile produselor dezvoltate pot suferi modificări în faza de dezvoltare a proiectului, ca urmare a feedback-ului primit în urma testelor realizate.

În condițiile în care sunt realizate mai multe iterații ale produsului, având specificații diferite, costul resurselor alocate pentru realizarea produsului ar putea să crească semnificativ, generând costuri suplimentare pentru companie și/sau întârzieri în procesul de dezvoltare.

Riscul legislativ și juridic. În activitatea curentă, ca urmare a modificărilor legislative, ale dinamicii în relațiile sale cu contrapărți (clienți, concurenți sau autorități de reglementare), Emitentul este supus riscului de litigiu, cu impact asupra situației financiare și asupra imaginii societății.

Zonele principale de vulnerabilitate identificate sunt:

- Vulnerabilități contractuale – vulnerabilități rezultând din actele juridice încheiate între Emitent și clienți / furnizori principali, care pot genera pierderi sau venituri în scădere pentru societate. În acest sens, executivul Emitentului, va întreprinde activități de due-dilligence cu privire la proiecte de investiții viitoare dezvoltate cu alți parteneri.
- Cadrul legislativ în continua dinamică, cu acte normative multiple pe diferite zone fiscale și cu numeroase neclarități poate crea confuzie. Procesul de consolidare și armonizare a sistemului de impozitare din România cu legislația europeană, permite interpretări diferite ale anumitor aspecte care sunt tratate în mod diferit de către autoritățile fiscale. Acest aspect poate conduce la amenzi și penalități suplimentare. În cadrul prevenirii acestor riscuri sunt implicați, pe lângă management, și auditorii Societății.

2. Riscuri legate de piață și concurență

Piața jocurilor pentru dispozitive mobile a crescut accelerat în ultimii ani, însă în același timp sunt lansate pe piață un număr tot mai mare de produse, care beneficiază de bugete de marketing tot mai ridicate.

Majoritatea *publisherilor* importanți care activează la nivel global, încearcă să își crească activitatea operațională, publicând un număr tot mai mare de produse și alocă bugete de marketing tot mai însemnate. În acest context, identitatea unui joc, precum și alegerea celor mai bune mecanici de joc adaptate tipului de joc realizat contribuie în mod decisiv la succesul acestuia.

3. Riscuri macroeconomice și de natură financiară

Riscul asociat cu ratele dobânzilor. Evoluțiile macroeconomice și internaționale care se reflectă în dinamica inflației, politicile monetare la nivel național și european dar și în evoluția pieței de capital influențează rata dobânzii, la fluctuațiile căreia emitentul este expus cu precădere prin creditele și liniile de credit contractate, în măsura în care acestea vor face parte din mix-ul de finanțare al Emitentului. Creșterea ratelor dobânzii este absorbită la nivelul costurilor financiare, cu impact negativ asupra situației financiare, rezultatelor operațiunilor și perspectivelor Emitentului. Acest risc este evaluat ca unul minor de către Emitent, ca urmare a faptului că la momentul elaborării Documentului, acesta nu avea contractate credite bancare, împrumuturile de la asociați au fost deja convertite în acțiuni ale Societății, iar în Planul de dezvoltare al afacerii, detaliat la cap. 6 al prezentului Document, nu se mizează pe o dezvoltare a activității prin contractarea de credite.

Riscul valutar. Acesta se asociază cu precădere contractării unor cheltuieli în moneda locală sau echivalent în euro (aici avem în vedere în principal costul forței de muncă, cea mai importantă categorie de costuri pentru Societate), încheierea unor contracte de închiriere, prestări servicii de asemenea exprimate în moneda locală și încasarea veniturilor generate de Societate în principal, datorită specificului pieței în care aceasta activează, în euro. Devalorizarea monedei naționale, evoluția cursului de schimb EUR/USD pot influența profitabilitatea Firebyte Games. Managementul societății consideră că impactul potențial al acestui risc va fi unul limitat, care nu va afecta semnificativ rentabilitatea financiară a societății și nu intenționează să folosească instrumente speciale de protecție în acest sens.

Riscul de inflație și riscul de rată a dobânzii afectează costul de oportunitate. Rata inflației poate fluctua și, în consecință, operațiunile, condițiile financiare și rezultatele Emitentului pot fi afectate. De asemenea, investitorii trebuie să țină seama de impactul acestor riscuri asupra rezultatelor reale ale emitentului și asupra profitului real al investiției.

Riscul de țară vizează posibilitatea ca statul de rezidență al Emitentului să nu-și poată onora angajamentele financiare, afectând toate instrumentele financiare interne, cât și unele instrumente externe. În contextul actual intern caracterizat de instabilitate politică și economică, de evoluții economice și sociale divergente, precum și în contextul internațional marcat de dinamica neuniformă și imprevizibilă a factorilor și proceselor pe scena geopolitică regională și globală, de interdependențe multiple și strâns corelate la scară globală pe plan economic și financiar, evaluarea riscului de țară reprezintă o provocare pentru specialiști și investitori. Potrivit raportului MARSH, pentru anul 2020, România rămâne încadrată în categoria țărilor cu indice de risc mediu alături de alte țări precum: Bulgaria, Ungaria, Croatia, Italia sau Spania, înregistrând un scor de 65,8 din maxim 100 puncte corespunzător nivelului minim de risc, în ceea ce privește riscul politic, scor de 63,5 pentru indicele de risc operațional, în timp ce indicele de risc politic pe termen scurt este evaluat la 64,6.

Potrivit clasificării S&P (Standard&Poor's), din decembrie 2020, România a fost evaluată la categoria de risc *BBB-/negative*, păstrându-și ratingul investițional, nivelul costurilor de împrumut și al atractivității pentru fluxurile investiționale de capital. Consolidarea fiscală susținută, diminuarea datoriei guvernamentale și întărirea cadrului de guvernare pot îmbunătăți evaluarea riscului de țară.

Elemente de perspectivă și obiective în anul 2021

Obiectivul companiei pentru perioada imediat următoare este de scalare a liniilor de business actuale, profitând astfel de dinamica favorabilă înregistrată pe segmentul jocurilor de tip *Hypercasual*, fără însă a neglija componenta de dezvoltare și publicare a jocurilor de tip Casual în regim propriu, astfel încât pe termen mediu, societatea să ajungă un studio de jocuri important în industria jocurilor mobile la nivel global.

Sumele atrase în cadrul plasamentului privat derulat în luna februarie 2021 vor fi utilizate pentru:

- Extinderea echipelor de dezvoltare angrenate în parteneriatele de tip „share-revenue”, prin



creșterea numărului acestora de la 4 în prezent până la 20 în următoarele 12 luni, astfel încât numărul prototipurilor de joc furnizate în decursul unei luni să crească la 60.

- Achiziția de echipamente IT de înaltă performanță necesare în procesul de dezvoltare a jocurilor;
- Angajarea și formarea resursei umane, astfel încât aceasta să corespundă standardelor de calitate impuse în cadrul societății;
- Dezvoltarea de jocuri de tip *Casual* și publicarea acestora în regim propriu.

Echipele Firebyte Games

Conducere executivă, personal și colaboratori

Membrii echipei executive a companiei au proiectat, planificat, organizat și coordonat un număr de 45 de jocuri pentru dispozitive mobile care au ajuns să depășească 50 de milioane de instalări.

La finalul anului 2020, echipa Firebyte Games era formată din 14 angajați și colaboratori.

În prezent, echipa Firebyte Games este formată din 20 de persoane, 10 angajați, din care 6 cu studii superioare finalizate și 10 colaboratori, valoarea fiecăruia regăsindu-se în jocurile dezvoltate de companie.

Gestiunea financiară a Societății a fost externalizată către o companie de profil, respectiv *Ifcont Elincor SRL*, cu sediul în loc. Apahida, jud. Cluj, CUI 13063620, număr de înregistrare la Registrul Comerțului Cluj J12/4844/2018.

Organe de administrare și supraveghere

Societatea este administrată în sistem unitar, de către un Consiliu de Administrație format din 3 membrii aleși de către Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor, pentru un mandat de 4 ani.

Președintele Consiliului de Administrație este ales și poate fi schimbat de către membrii consiliului.

Consiliul de Administrație este însărcinat cu îndeplinirea actelor necesare și utile legate de realizarea obiectului de activitate, având următoarele competențe de bază:

- Elaborarea strategiilor de dezvoltare ale companiei;
- Stabilirea opțiunilor strategice;
- Stabilirea sistemului de monitorizare și control al activității operaționale și financiare a societății;
- Planificarea financiară și elaborarea bugetului de venituri și cheltuieli;
- Numirea și revocarea directorilor și stabilirea remunerației lor;
- Supravegherea activității directorilor;

- Alte atribuții prevăzute de Legea 31/1990 actualizată.

La 31.12.2020, Consiliul de Administrație al companiei este format din următoarele persoane: Dl. Grigore Chiș în calitate de președinte CA iar dl. Adrian Danciu și dl. Mihai Cristian Alexa dețin calitatea de membrii CA.

La data de 31.12.2020, dintre cei prezentați mai sus, doar Dl. Stegaru deține acțiuni ale Emitentului, într-un procent de 0,03% din capitalul social al Firebyte Games SA.

Auditorul financiar al societății

Auditorul societății este MBO Auditing & Accounting SRL, acesta fiind desemnat încă de la înființarea Societății, respectiv decembrie 2017.



Bilanțul contabil la 31.12.2020

Bilant (lei)	31-Dec-19	31-Dec-20
Active imobilizate, din care:	1,746,256	2,997,508
Imobilizari necorporale	1,716,700	2,931,580
Imobilizari corporale	29,556	65,928
Imobilizari financiare	0	0
Active circulante, din care:	42,801	155,136
Stocuri	0	0
Creante	4,435	127,530
Investitii pe termen scurt	0	0
Casa si conturi la banci	38,366	27,606
TOTAL ACTIVE	1,789,057	3,152,644
Datorii totale	1,567,637	1,504,509
Datorii curente (<1 an)	1,567,637	1,504,509
Datorii pe termen lung (>1 an)	0	0
Capitaluri proprii, din care:	221,420	1,648,135
Capital subscris varsat	100,000	1,222,070
Prime de capital	0	0
Rezerve	12,172	27,404
Profitul sau pierderea reportata	-122,015	109,248
Profitul sau pierderea exercitiului	243,435	304,645
Repartizarea profitului	12,172	15,232
TOTAL PASIVE	1,789,057	3,152,644

Contul de profit și pierdere la 31.12.2020

Indicatori cont de profit si pierdere (lei)	31-Dec-19	31-Dec-20
Venituri din exploatare, din care:	1,606,445	1,905,585
Cifra de afaceri	734,644	689,328
Venituri din productia in curs	871,801	1,216,253
Alte venituri din exploatare	0	4
Cheltuieli de exploatare, din care:	1,302,751	1,502,386
Cheltuieli cu materii prime si consumabile	14,355	7,202
Cheltuieli cu personalul	277,434	601,549
Alte cheltuieli	1,010,962	893,635
Rezultat din exploatare	303,694	403,199
Venituri financiare	2,963	2,031
Cheltuieli financiare	55,551	93,820
Rezultat financiar	-52,588	-91,789
Total venituri	1,609,408	1,907,616
Total cheltuieli	1,358,302	1,596,206
Rezultatul brut al exercitiului	251,106	311,410
Impozit pe profit	7,671	6,765
Rezultatul net al exercitiului	243,435	304,645

Declarația persoanei responsabile din cadrul companiei

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că situațiile financiar-contabile pentru perioada de 12 luni încheiată la 31 decembrie 2020, redau o imagine corectă și conform cu realitatea a activelor, obligațiilor, poziției financiare, contului de profit și pierdere ale Firebyte Games SA și Raportul Consiliului de Administrație cuprinde o analiză corectă a dezvoltării și performanțelor Companiei precum și o descriere a principalelor riscuri și incertitudini specifice activității desfășurate.

Președinte CA,

Grigore Chiș



www.firebyte.ro



support@firebyte-games.com