



RAPORT OKRESOWY



tup~tup

hoop

IV KWARTAŁ
2012

Łódź, 14 luty 2013 r.

Spis treści

1. WYBRANE DANE FINANSOWE Z BILANSU ORAZ RACHUNKU ZYSKÓW I STRAT.....3.
2. KOMENTARZ ZARZĄDU LUB OSOBY ZARZĄDZAJĄCEJ EMITENTA NA TEMAT CZYNNIKÓW I ZDARZEŃ, KTÓRE MIAŁY WPŁYW NA OSIĄGNIĘTE WYNIKI FINANSOWE.....4.
3. INFORMACJA ZARZĄDU LUB OSOBY ZARZĄDZAJĄCEJ EMITENTA NA TEMAT AKTYWNOŚCI, JAKĄ W OKRESIE OBJĘTYM RAPORTEM EMITENT PODEJMOWAŁ W OBSZARZE ROZWOJU PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI, W SZCZEGÓLNOŚCI POPRZECZ DZIAŁANIA NASTAWIONE NA WPROWADZENIE ROZWIĄZAŃ INNOWACYJNYCH W PRZEDSIĘBIORSTWIE6.
4. STRUKTURA AKCJONARIATU, ROZKŁAD GŁOSÓW NA WALNYM ZGROMADZENIU SPÓŁKI.....10.

1. WYBRANE DANE FINANSOWE Z BILANSU ORAZ RACHUNKU ZYSKÓW I STRAT

**Wybrane informacje finansowe zawierają podstawowe dane liczbowe
podsumowujące sytuację finansową
HURTIMEX Spółki Akcyjnej z siedzibą w Łodzi
za okres od 01.10.2012 r. do 31.12.2012 r.**

Poniżej w tabelach przedstawiono wybrane jednostkowe dane finansowe za IV kwartał 2012 r oraz narastająco za 4 kwartały 2011r HURTIMEX Spółki Akcyjnej. Dane te zostały zaprezentowane wraz z danymi porównywalnymi za analogiczny okres 2011 roku.

Tabela nr 1. Wybrane dane finansowe HURTIMEX SA za IV kwartał 2012 r. oraz narastająco za 4 kwartały wraz z danymi porównywalnymi za analogiczny okres 2011 roku.

Wybrane dane finansowe z Rachunku Zysków i Strat	IV kwartał 2012 r. 01.10.2012 – 31.12.2012 [zł]	IV kwartał 2011 r. 01.10.2011 – 31.12.2011 [zł]	4 kwartały 2012 r.	4 kwartały 2011 r.
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	1.922.928,07	1.559.647,01	8.397.416,10	8.815.021,87
Amortyzacja	50.442,59	44.076,67	208.333,38	221.903,73
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	840.018,52	515.751,28	2.964.643,26	2.790.154,84
Zysk (strata) na sprzedaży	(559.998,18)	(740.934,82)	(1.459.223,52)	(2.516.655,68)
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	99.513,06	2.020.313,10	(618.183,96)	631.220,88
Zysk (strata) brutto	375.741,66	1.485.991,33	(629.523,26)	40.598,45
Zysk (strata) netto	424.020,17	1.545.256,55	(608.061,09)	69.049,21

Tabela nr 2. Wybrane dane finansowe HURTIMEX SA na dzień 31 grudnia 2012 roku oraz dane porównywalne na dzień 31 grudnia 2011 roku.

	31.12.2012 r.	31.12.2011 r.
Kapitał własny	1.985.439,92	2.593.501,01
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	1.370.094,75	940.301,84
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	328.459,69	194.344,24
Zobowiązania długoterminowe	3.465.082,91	3.500.956,30
Zobowiązania krótkoterminowe	8.068.169,50	5.613.258,54
Zapasy	6.341.578,54	5.128.543,92

2. KOMENTARZ ZARZĄDU LUB OSOBY ZARZĄDZAJĄCEJ EMITENTA NA TEMAT CZYNNIKÓW I ZDARZEŃ, KTÓRE MIAŁY WPŁYW NA OSIĄGNIĘTE WYNIKI FINANSOWE

1.Przychody ze sprzedaży i marża

W IV kwartale 2012 roku Spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości 1.922.928,07zł. W porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego odnotowano znaczny, 23 % przyrost sprzedaży.

Tak wysoki wzrost sprzedaży był możliwy do osiągnięcia głównie dzięki kontynuacji współpracy z partnerem branżowym, którym dla Spółki jest niemiecka firma Kanz Financial Holding. Firma ta, będąc właścicielem najbardziej rozpoznawalnych marek , takich jak „Kanz”, „Pampolina”, „Doell”, „S+D”, jest czołowym kreatorem mody dziecięcej na obszarze Europy Zachodniej. W analizowanym okresie Spółka pozyskała od partnera towar doskonale uzupełniający własną ofertę, na bardzo korzystnych warunkach dotyczących zarówno cen zakupu, jak i okresu na jaki udzielony został kredyt kupiecki. Dzięki temu marża osiągnięta na sprzedaży wzrosła o 10,6 punktów procentowych w stosunku do IV kwartału 2011r i wyniosła 43,7%.

Jednym z podstawowych elementów strategii rozwoju Firmy Kanz jest ekspansja sprzedaży na rynku polskim oraz innych rynkach Europy Wschodniej. Spółka Hurtimex, jako długoletni, sprawdzony partner biznesowy, znający specyfikę tych rozwijających się rynków, będzie w najbliższym czasie głównym partnerem Firmy Kanz w realizacji planów rozwoju sieci sprzedaży.

W ocenie Zarządu Spółki , korzyści wynikające z tej współpracy będą dalej się zwiększać i przejawiać się wzrostem poziomu sprzedaży oraz dalszym wzrostem marży. Będzie to możliwe między innymi poprzez:

- ✓ fakt, iż Spółka stanie się bardziej konkurencyjna, oferując na rynku zarówno wyroby Tup-tup, jak i marki partnera, czyli bardzo zróżnicowaną ofertę w atrakcyjnych cenach.
- ✓ atrakcyjne ceny będą możliwe do osiągnięcia dzięki konsolidacji zamówień i lokowaniu ich poprzez firmę Kanz u producentów. To właśnie osiągnięty ,poprzez ujednolicenie źródeł pozyskania towaru, efekt skali umożliwi zakup towaru po znacznie niższych kosztach niż udawało się to dotychczas firmie Hurtimex(dotychczasowa wielkość zamówień : firma Hurtimex - 400 tys. sztuk / sezon ,firma Kanz - 5 mln. sztuk/ sezon).

2.Obniżka kosztów stałych

W omawianym okresie Zarząd, kontynuował działania zmierzające do obniżki kosztów stałych i ograniczenia straty poprzez:

- restrukturyzację zatrudnienia;
- ograniczenie kosztów powstawania nowych kolekcji;

- renegocjacje warunków zawartych wcześniej umów, między innymi z dostawcami mediów, usług telekomunikacyjnych, usług transportowych i wielu innych.

Dzięki temu koszty stałe związane z działalnością operacyjną(po wyeliminowaniu prowizji franczyzobiorców) były w roku 2012 o 918.307 zł mniejsze niż w roku ubiegłym, co stanowi spadek o 23%. Tak znaczna obniżka kosztów przy jednoczesnym wzroście sprzedaży i zwiększeniu marży, miała pozytywny wpływ na wyniki finansowe Spółki.

Strata na sprzedaży wynosiła w IV kwartale omawianego okresu 559.998 zł, a całym roku 2012 1.459.223zł i była o 1.057.432 zł mniejsza niż w roku 2011.

Zarząd Spółki zamierza utrzymać tę korzystną tendencję w 2013 roku, co z kolei przy zwiększonej sprzedaży realizowanej dzięki pozyskaniu nowego towaru od niemieckiego partnera, pozwoli na generowanie zysku.

Zachowanie ciągłości i terminowości dostaw pozwoli na ustabilizowanie sytuacji finansowej i umożliwi realizację strategii dalszego rozwoju przedsiębiorstwa, między innymi poprzez pozyskanie dodatkowego kapitału.

3.Wynik finansowy

Zysk netto z całokształtu działalności wyniósł w IV kwartale 2012r 424.020,17 zł , natomiast cały rok 2011 zamknął się stratą netto na poziomie 608.061,09 zł.

Ten korzystny wynik został osiągnięty głównie poprzez ujęcie w pozostałych przychodach operacyjnych skutków umorzenia długu. Na mocy porozumień zawartych z dostawcami z Dalekiego Wschodu umorzone zostały zobowiązania na łączną kwotę 321.494,59 USD.

4. Źródła finansowania majątku

Głównym źródłem finansowania jest kapitał obcy, którym Spółka finansuje 86% majątku.

Na uwagę zasługuje fakt, iż w omawianym okresie zobowiązania krótkoterminowe uległy zwiększeniu o kwotę 2.454.911 zł w porównaniu do stanu z dnia 31.12.2011r., głównie z powodu pozyskania, na bardzo korzystnych warunkach, kredytu kupieckiego od strategicznego partnera jakim jest niemiecka firma Kanz. Dzięki znacznie wydłużonym terminom płatności Spółka może w chwili obecnej kontynuować realizację przyjętej strategii rozwoju, jaką jest ciągły rozwój sieci sklepów franczyzowych.

Poza wyżej wymienionymi, nie wystąpiły inne czynniki i zdarzenia, które w ocenie Spółki mogły mieć wpływ na kondycję finansową i wyniki finansowe Spółki.

3. INFORMACJA ZARZĄDU LUB OSOBY ZARZĄDZAJĄCEJ EMITENTA NA TEMAT AKTYWNOŚCI, JAKĄ W OKRESIE OBJĘTYM RAPORTEM EMITENT PODEJMOWAŁ W OBSZARZE ROZWOJU PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI, W SZCZEGÓLNOŚCI POPRZEC DZIAŁANIA NASTAWIONE NA WPROWADZENIE ROZWIĄZAŃ INNOWACYJNYCH W PRZEDSIĘBIORSTWIE

W okresie IV kwartału 2012 roku Zarząd Spółki podejmował aktywność w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej, która była związana w szczególności z:

1.) otwarciem nowych sklepów franczyzowych, zawieraniem kolejnych umów o współpracę.

- w dniu 03 października 2012 roku, w wykonaniu listu intencyjnego, podpisanego 12 stycznia 2012 roku z firmą Kanz Financial Holding GmbH z siedzibą w Republice Federalnej Niemiec, uzgodnił i zawarł umowę, której przedmiotem jest określenie zasad wzajemnej współpracy Stron, w ramach której Kanz Financial Holding GmbH będzie dostarczać Spółce Hurtimex odzież dziecięcą, znajdującą się w jej aktualnej ofercie, zgodnie z zamówieniami składanymi przez Hurtimex, a Hurtimex będzie sprzedawać tą odzież w ramach własnej sieci dystrybucji, w celu rozszerzenia i uatrakcyjnienia oferty Hurtimex.

Zarówno firma Kanz Financial Holding jak i Hurtimex S.A. dokonały swoistego podziału zadań, specjalizując się w konkretnych obszarach i kierunkach działań, celem uzyskania jak najefektywniejszych rezultatów oraz efektu synergii.

Angażując się we wspólny projekt konsolidacji wszystkich marek będących własnością Hurtimex S.A. oraz KFH GmbH, Strony sukcesywnie realizują założenia zawarte w liście intencyjnym, zmierzając do ujednolicenia źródeł pozyskania towaru, zabezpieczenia odpowiedniego finansowania oraz udoskonalenia międzynarodowej dystrybucji, z wykorzystaniem doświadczeń, umiejętności i zasobów obu Stron.

- w dniu 21.11.2012 Spółka otrzymała podpisaną umowę, datowaną na dzień 29.10.2012, gdzie jako franczyzodawca, zawarła z kontrahentem (prowadzącym działalność gospodarczą), jako franczyzobiorcą, umowę na świadczenie usług w zakresie przedstawicielstwa handlowego (umowa franczyzy) w odniesieniu do lokalizacji lokalu-sklepu o powierzchni 72,4 m² w znajdującego się w Inowrocławiu (województwo kujawsko-pomorskie). Spółka (franczyzodawca) powierzyła franczyzobiorcy prowadzenie składowania i sprzedaży dostarczonych przez siebie towarów, w szczególności odzieży dziecięcej marek: TUP-TUP i HOOP oraz marek z portfolio KFG (Kids Fashion Group). Przygotowanie lokalu, dostosowanie jego wyposażenia, zatowarowanie oraz uruchomienie sprzedaży nastąpiło na początku grudnia 2012 roku.

2.) dalszym rozwojem, rozszerzeniem gamy asortymentowej w nowym kanale dystrybucji - sprzedaży internetowej oraz w sklepach franczyzowych

W IV kwartale 2012 roku Spółka zdecydowała o prowadzeniu własnego sklepu internetowego TUP-TUP - internetowego punktu sprzedaży detalicznej.

Po wykonaniu szeregu prac nad ustalaniem szczegółów projektu od strony graficznej i technicznej, do uruchomienia sklepu internetowego doszło w ostatnich miesiącach 2012 roku. Rozszerzenie dystrybucji o nowy kanał – detaliczną sprzedaż drogą internetową, spotkało się z pozytywnym odzewem z rynku, wpisując się w najnowsze trendy sprzedażowe, odpowiadając tym samym na jego aktualne potrzeby, preferencje indywidualnych odbiorców, przy jednoczesnym poszerzeniu grona potencjalnych klientów na obszar całego kraju, zwiększając dostępność marki.

W okresie IV kwartału 2012 roku podejmowano szereg działań mających na celu optymalizację funkcjonowania sklepu internetowego i samego procesu e-sprzedaży, udoskonalenie wizualizacji (wyglądu strony sklepu internetowego). Podjęto decyzję o znaczącym rozszerzeniu gamy asortymentowej w sklepie internetowym, do obecnie prezentowanych wyrobów marek TUP TUP i Hoop dołączyły marki z portfolio Kanz Financial Group, w tym: ekskluzywna marka Pampolina, czapki Doll, młodzieżowe Sons & Daughters, bogata kolekcja niemowlęca i dziecięca Kanz.

Klienci sklepu internetowego i franczyzowi uzyskali dostęp do różnorodnego asortymentu wiodącego dystrybutora odzieży dziecięcej w Europie - Kanz Financial Holding GmbH, Spółka Hurtimex S.A. zaproponowała odbiorcom szeroki asortyment markowej odzieży, najwyższą jakość i nowoczesny design.

3.) podejmowaniem negocjacji handlowych z potencjalnymi franczyzobiorcami

Zarząd Spółki w okresie IV kwartału 2012 roku wykazywał aktywność w zakresie pozyskania nowych lokalizacji dla otwarcia i prowadzenia sklepu franczyzowego, podejmował szereg rozmów handlowych z potencjalnymi franczyzobiorcami, negocjował szczegóły zawieranych kontraktów, realizując długofalową strategię ciągłego powiększania sieci sklepów franczyzowych na terenie kraju.

Obecnie Zarząd Spółki prowadzi rozmowy z potencjalnymi franczyzobiorcami, a trwające negocjacje mają doprowadzić w niedługim czasie do otwarcia nowych sklepów w następujących lokalizacjach: Limanowa, Stalowa Wola, Kraków, Mrągowo.

4.) negocjacjami handlowymi w zakresie poszerzenia oferty asortymentowej

Zarząd Spółki podejmował i nadal podejmuje szereg rozmów i negocjacji biznesowych, mających na celu podjęcie współpracy handlowej z firmami zewnętrznymi. Zawieranych jest szereg umów handlowych z dostawcami na zakup asortymentu dodatkowego, uzupełniającego wobec odzieży marki TUP TUP i marek Kids Fashion Group (m.in. obuwie, czapki, odzież szkolna, zabawki, akcesoria i ozdoby do włosów), pod kątem zaopatrzenia sieci sklepów własnych i franczyzowych.

5.) organizacją i przeprowadzeniem kontraktacji jz 13 z uwzględnieniem marki TUP TUP oraz portfolio marek Kanz Financial Holding

Zarząd Spółki w trosce o ciągły rozwój i wzmocnienie pozycji na rynku, w okresie IV kwartału 2012 roku przedstawił klientom plan na sezon kontraktacyjny jesień zima 2013, polegający na rozszerzeniu potencjału rynkowego o gamę oferowanych produktów.

Oprócz kolekcji marki Tup Tup, klientom zaproponowano produkty czołowego kreatora mody dziecięcej w Europie (KANZ)- takich marek jak: Kanz, Pampolina, Sons + Daughters, - uznanych już i posiadających silną pozycję rynkową na terenie Niemiec, Europy oraz w wielu krajach świata.

6.) realizacją sezonu jz 12 z magazynu logistycznego w Łodzi

W okresie IV kwartału 2012 dział logistyczny Spółki skoncentrował swe działania na realizacji dostaw kolekcji JZ 12. Spółka w ramach współpracy z partnerem niemieckim wzięła na siebie odpowiedzialność za dostawy marek niemieckich. Usługi logistyczne obejmowały procedurę przyjęcia, rozlokowania, kompletacji zamówień oraz wysyłkę towarów na dużą skalę. Marka TUP TUP trafiła do klientów polskich jak i eksportowych, markę Whoopi dostarczono klientom firmy Kanz Financial Holding, do wielu regionów Europy i świata.

Przeprowadzenie tego typu operacji logistycznej wiązało się z dokonaniem szeregu prac adaptacyjnych – pod kątem zagospodarowania dotychczasowej powierzchni magazynowej, dostosowania wyposażenia technicznego, informatycznego, szkolenia pracowników, renegotjacji umów z firmami transportowymi/kurierskimi.

7.) przeprowadzeniem dalszych zmian organizacyjnych w celu zwiększenia

efektywności, konkurencyjności oraz dla zoptymalizowania procesów w obszarach

sprzedaży i obsługi klienta

1. Kolekcje odzieży powstają w międzynarodowym zespole, uwzględniającym specyficzne potrzeby poszczególnych regionów i rynków oraz najnowsze trendy.
2. Zoptymalizowano źródła pozyskania towaru oraz znacznie zwiększono ilości produkcyjne, które przy obecnej liczbie 10 milionów sztuk rocznie pozwalają na utrzymanie atrakcyjnych cen, korzystając z efektu skali i synergii.
3. Zautomatyzowano procesy logistyczne, minimalizując czas przygotowania paczek i spedycji towaru.
4. Podczas uruchamiania sklepów franczyzowych zadbano o zachowanie dobre relacje cenowe z pozostałymi sklepami multibrandowymi. Poprzez globalne źródła pozyskania towaru udało nam się utrzymać atrakcyjny poziom cen detalicznych, umożliwiając naszym partnerom uzyskanie bardzo korzystnej marży.

Z pełnym przekonaniem należy stwierdzić, iż wspomniane działania ukierunkowano tak, aby w pełni usatysfakcjonować klientów w obliczu zmieniających się realiów rynkowych.

**4. WYKAZ AKCJONARIUSZY I ROZKŁAD GŁOSÓW NA
WALNYM ZGROMADZENIU SPÓŁKI****Lista (wykaz) Akcjonariuszy**

uprawnionych do udziału oraz posiadających co najmniej 5% głosów na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Hurtimex Spółki Akcyjnej zwołanym na dzień 28 czerwca 2012 roku – dane aktualne na dzień publikacji raportu

Imię i nazwisko Akcjonariusza	Liczba akcji reprezentowanych na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu	Liczba głosów reprezentowanych na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu	% głosów reprezentowanych na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu 28.06.2012	% głosów w ogólnej liczbie głosów
Bogdan Kopeć	2 282 419	3 932 419	53,08	29,20
Jarosław Kopeć	762 610	1 212 610	16,37	9,01
Krystyna Kopeć	716 250	1 166 250	15,74	8,66
Marcin Kopeć	647 000	1 097 000	14,81	8,15
RAZEM	4 408 279	7 408 279	100	55,02

Łączna liczba akcji Spółki: 10 465 315

Łączna liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki: 13 465 315