



I KWARTAŁ

2013

RAPORT OKRESOWY



tup-tup [®]

KANZ [®]

Łódź, 14 maja 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 POPRZEC DZIAŁANIA NASTAWIONE NA WPROWADZENIE ROZWIĄZAŃ INNOWACYJNYCH W PRZEDSIĘBIORSTWIE 6.**

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 01.01.2013 r. do 31.03.2013 r.**

Poniżej w tabelach przedstawiono wybrane jednostkowe dane finansowe za I kwartał 2013 r HURTIMEX Spółki Akcyjnej. Dane te zostały zaprezentowane wraz z danymi porównywalnymi za analogiczny okres 2012 roku.

Tabela nr 1. Wybrane dane finansowe HURTIMEX SA za I kwartał 2013 r. wraz z danymi porównywalnymi za analogiczny okres 2012 roku.

Wybrane dane finansowe z Rachunku Zysków i Strat	I kwartał 2013 r. 01.01.2013 – 31.03.2013 [zł]	I kwartał 2012 r. 01.01.2012 – 31.03.2012 [zł]
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	2.291.343,06	2 102 604,97
Amortyzacja	52.755,11	46 511,47
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	482.677,19	748 294,74
Zysk (strata) na sprzedaży	(522.760,29)	(364 589,47)
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	(402.040,39)	(322 206,64)
Zysk (strata) brutto	(507.173,35)	(415 537,92)
Zysk (strata) netto	(527.259,60)	(423 158,50)

Tabela nr 2. Wybrane dane finansowe HURTIMEX SA na dzień 31 marca 2013 roku oraz dane porównywalne na dzień 31 marca 2012 roku.

Wybrane dane finansowe z Bilansu	31.03.2013 r.	31.03.2012 r.
Kapitał własny	1 307 488,61	2 170 342,51
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	1 617 119,55	1 811 492,95
Zapasy materiałów i towarów	5 719 609,89	5 945 977,11
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	315 106,43	281 753,33
Zobowiązania długoterminowe	3 448 860,76	3 492 197,27
Zobowiązania krótkoterminowe	8 226 310,93	7 741 868,45

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 I kwartale 2013 roku Spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości 2.291.343,06 zł i zrealizowała marżę na poziomie 21%. W porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego odnotowano 9 % przyrost sprzedaży i 15% spadek marży

Spadek marży był spowodowany wyprzedażą zapasów. Na koniec I kwartału zapasy kształtowały się na poziomie 5.719.609,889 zł i były o 4% niższe niż w okresie porównywalnym, natomiast w stosunku do końca roku ubiegłego, ich poziom zmniejszył się aż o 10 %.

W omawianym okresie Spółka kontynuowała współpracę z partnerem branżowym, którym 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. Dostawy nowego towaru od niemieckiego partnera na sezon Wiosna-Lato 2013 rozpoczęły się dopiero pod koniec I kwartału, a ich większość będzie realizowana w II kwartale. Stąd też efekty wynikające z pozyskania od partnera towaru doskonale uzupełniającego własną ofertę, na bardzo korzystnych warunkach dotyczących zarówno cen zakupu, jak i okresu na jaki udzielony został kredyt kupiecki, będą miały odzwierciedlenie w wynikach finansowych Spółki dopiero w najbliższych miesiącach..

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 ujednoczenie 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 I kwartale 2013 roku o 196.121 zł mniejsze niż w porównywalnym okresie roku ubiegłego, co stanowi spadek o 22%.

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

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

3. Wynik finansowy

Strata netto z całokształtu działalności wyniosła w I kwartale 2013r 527.256,60 zł. W ocenie Zarządu Spółki już pod koniec II kwartału wynik finansowy ulegnie znacznej poprawie w wyniku realizacji założeń opisanych w punktach 1 i 2 niniejszego raportu.

4. Źródła finansowania majątku

Głównym źródłem finansowania jest kapitał obcy, którym Spółka finansuje 90% majątku.

Na uwagę zasługuje fakt, iż w omawianym okresie zobowiązania krótkoterminowe uległy zwiększeniu o kwotę 484.443 zł w porównaniu do stanu z dnia 31.03.2012r., 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 POPRZECZ DZIAŁANIA NASTAWIONE NA WPROWADZENIE ROZWIĄZAŃ INNOWACYJNYCH W PRZEDSIĘBIORSTWIE

W okresie I kwartału 2013 roku Zarząd Spółki podejmował aktywność w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej, która była związana w szczególności z:

1.) zawieraniem kolejnych umów o współpracę - w ramach polityki dalszego rozwoju i rozszerzania gamy asortymentowej w kanale dystrybucji - sprzedaży internetowej

Zarząd Spółki w okresie I kwartału z sukcesem zakończył proces negocjacji z kontrahentem, doprowadzając do podpisania umowy handlowej. na świadczenie usług związanych ze sprzedażą towarów w ramach portalu internetowego. Umowę zawarto z firmą Redan S.A.- jako Zleceniobiorcą. Hurtimex S.A. - jako zleceniodawca powierzyła zleceniobiorcy prowadzenie składowania i e-sprzedaży dostarczonych przez siebie towarów, w szczególności odzieży dziecięcej marek: TUP-TUP oraz marek z portfolio koncernu Kids Fashion Group.

Redan S.A. dokonuje sprzedaży towarów za pośrednictwem Sklepu Internetowego www.sklep.topsecret.com.pl.

Do uruchomienia sprzedaży towarów Hurtimex S.A. doszło na początku marca 2013 roku, po ustalaniu szczegółów projektu od strony organizacyjnej, graficznej i technicznej.

2.) zawieraniem kolejnych umów franczyzowych

Zarząd Spółki w okresie I kwartału z sukcesem zakończył proces negocjacji z nowym ranczyzobiorcą, doprowadzając do podpisania umowy handlowej i otwarcia sklepu w Limanowej.

Lokalizacja	Powierzchnia (m2)	Data zawarcia umowy	Data otwarcia sklepu
Limanowa	50 m2	14.02.2013	09.03.2013

Spółka od kilku sezonów wykazuje aktywność w zakresie pozyskania nowych lokalizacji dla otwarcia i prowadzenia sklepów franczyzowych, podejmując szereg rozmów i negocjacji handlowych z potencjalnymi partnerami. Tym samym Spółka konsekwentnie realizuje

długofalową strategię ciągłego powiększania sieci sklepów franczyzowych na terenie całego kraju.

Spółka kontynuuje politykę sprzedaży zapoczątkowaną w 2011 roku, polegającą na zapewnieniu dostaw – szerokiego portfolio marek Kanz oraz marki własnej TUP TUP, do rozwijającej się sieci sklepów franczyzowych, pozycjonując ten kanał dystrybucji wysoko w hierarchii sprzedażowej firmy, jako charakteryzujący się stale rosnącym potencjałem.

Równolegle Zarząd Spółki podejmuje szereg rozmów i negocjacji biznesowych, mających na celu podjęcie współpracy handlowej z firmami zewnętrznymi, dysponującymi asortymentami uzupełniającymi pod kątem zaopatrzenia sklepów własnych i franczyzowych.

Zawieranych jest szereg umów handlowych z dostawcami na zakup asortymentu dodatkowego wobec odzieży marki TUP TUP i marek Kanz. Spółka, tak jak miało to miejsce w poprzednim roku, zamierza konsekwentnie rozwijać ten kanał dystrybucji, optymalizując jednocześnie swoją ofertę.

Obecnie Zarząd Spółki prowadzi rozmowy z potencjalnymi franczyzobiorcami, a trwające negocjacje mają doprowadzić w niedługim czasie do otwarcia nowych salonów TUP TUP, między innymi w Zakopanem, Łomży.

3.) przygotowaniem magazynu logistycznego do wysyłek sezonu WL 13, realizacja

dostaw marek TUP TUP i Whoopi

W okresie I kwartału 2013 dział logistyczny Spółki skoncentrował swe działania na realizacji dostaw kolekcji WL 13. Spółka w ramach współpracy z partnerem niemieckim wzięła na siebie odpowiedzialność za dostawy jednej z nowo utworzonych 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.

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 Kanza (m.in. obuwie, czapki, odzież szkolna, zabawki, akcesoria i ozdoby do włosów), pod kątem zaopatrzenia sieci sklepów własnych i franczyzowych.

5). organizacją, przeprowadzeniem oraz podsumowaniem 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 I kwartału 2013 roku przedstawił klientom plan na sezon kontraktacyjny jesień zima 2013/14, polegający na rozszerzeniu potencjału rynkowego o gamę oferowanych produktów, Przeprowadzono procedurę zebrania zamówień wstępnych od klientów krajowych i zagranicznych, prezentując kolekcje w siedzibie firmy oraz docierając do odbiorców w terenie.

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

6). organizacją oraz przeprowadzeniem operacji zmiany asortymentów/sezonów w sieci**sklepów własnych oraz franczyzowych na terenie kraju**

W związku z okresem zmiany sezonów sprzedażowych dokonano wymiany asortymentów kolekcji – towar jesienno – zimowy został zastąpiony kolekcjami wiosna-lato – mając do dyspozycji marki Tup Tup, Kanz. Dostosowując ofertę w sklepach do aktualnych potrzeb rynku wraz z kończącym się sezonem sprzedażowym zimy, wprowadzono nowe kolekcje wiosenno-letnie, zgodne z aktualnymi trendami i oczekiwaniami ze strony klientów.