



II KWARTAŁ

2013

RAPORT OKRESOWY



tup~tup

hoop

Łódź, 14 sierpnia 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	5.
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.....	8.
4.	WYKAZ AKCJONARIUSZY I 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 01.04.2013 r. do 30.06.2013 r.**

Poniżej w tabelach przedstawiono wybrane jednostkowe dane finansowe za II 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 II kwartał 2013 r. wraz z danymi porównywalnymi za analogiczny okres 2012 roku.

Wybrane dane finansowe z Rachunku Zysków i Strat	II kwartał 2013 r. 01.04.2013 – 30.06.2013 [zł]	II kwartał 2012 r. 01.04.2012 – 30.06.2012 [zł]	I półrocze 2013 r.	I półrocze 2012 r.
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	1.924.260,37	1.615.303,03	4.215.604,43	3.717.908,00
Amortyzacja	50.753,20	58.180,87	103.508,31	104.692,34
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	858.099,95	741.461,33	1.340.777,14	1.489.756,07
Zysk (strata) na sprzedaży	(354.824,59)	(456.523,53)	(877.584,88)	(821.113,00)
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	(320.411,42)	(390.717,36)	(722.451,81)	(712.924,00)
Zysk (strata) brutto	(390.689,85)	(481.189,36)	(897.863,20)	(896.727,28)
Zysk (strata) netto	(399.477,68)	(495.183,68)	(926.737,28)	(918.342,18)

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	30.06.2013 r.	30.06.2012 r.
Kapitał własny	(36.098,92)	1.675.158,83
Należności długoterminowe	0,00	0,00

Należności krótkoterminowe	1.620.305,62	1.734.967,60
Zapasy materiałów i towarów	4.998.037,50	5.262.099,32
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	404.982,09	247.917,44
Zobowiązania długoterminowe	3.411.005,89	3.483.306,20
Zobowiązania krótkoterminowe	8.389.583,70	7.539.099,03

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 II kwartale 2013 roku Spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości 1.924.260,37zł i zrealizowała marżę na poziomie 45%. W porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego odnotowano 19 % przyrost sprzedaży i spadek marży tylko o 1 punkt %.

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 została zrealizowana w II kwartale. Wzrost sprzedaży o 19% i marża utrzymana praktycznie na poziomie okresu porównywalnego, pomimo realizacji założeń Zarządu Spółki w dziedzinie wyprzedaży zapasów, jest wynikiem 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. W tym miejscu należy podkreślić, że zapasy na koniec II kwartału kształtowały się na poziomie 4.998.037,50zł i były o 5% niższe niż w okresie porównywalnym, natomiast w stosunku do końca roku ubiegłego, ich poziom zmniejszył się aż o 20 %.

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 II kwartale 2013 roku o 23.608 zł mniejsze niż w porównywalnym okresie roku ubiegłego, co stanowi spadek o 3%. .

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 na 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 II kwartale 2013r 399.477,68 zł i była o 19% mniejsza niż w okresie porównywalnym, i aż o 24% niższa w stosunku do I kwartału bieżącego roku. Tym samym zrealizowane zostały założenia Zarządu Spółki (przedstawione w Raporcie Okresowym za I kwartał 2013 r.) w zakresie znacznej poprawy wyniku finansowego. W ocenie Zarządu Spółki tendencja ta będzie się utrzymywać w ciągu najbliższych miesięcy dzięki realizacji założeń opisanych w punktach 1 i 2 niniejszego raportu.

4. Źródła finansowania majątku

Głównym źródłem finansowania jest kapitał obcy.

Na uwagę zasługuje fakt, iż zobowiązania krótkoterminowe uległy zwiększeniu o kwotę 850.485 zł w porównaniu do stanu z dnia 30.06.2012r., 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 II kwartału 2013 roku Zarząd Spółki podejmował aktywność w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej, która była związana w szczególności z:

1.) podejmowaniem negocjacji handlowych z potencjalnymi franczyzobiorcami

Zarząd Spółki w okresie II kwartału 2013 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: Wolsztyn, Mława, Szamotuły.

2.) przygotowaniem magazynu logistycznego do wysyłek sezonu jz 13/14, realizacją

dostaw w 13 marek TUP TUP i Whoopi

W okresie II 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.

3.). przeprowadzeniem 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.). 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.

**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 25 czerwca 2013 roku

Imię i nazwisko Akcjonariusza	Liczba akcji reprezentowanych na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu	Liczba głosów reprezentowanych na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu	% głosów reprezentowanych na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu 25.06.2013	% głosów w ogólnej liczbie głosów
Bogdan Kopeć	2 282 419	3 932 419	53,10	29,20
Jarosław Kopeć	762 610	1 212 610	16,37	9,01
Krystyna Kopeć	716 250	1 166 250	15,75	8,66
Marcin Kopeć	645 020	1 095 020	14,78	8,13
RAZEM	4 406 299	7 406 299	100	55,00

Łączna liczba akcji Spółki: 10 465 315

Łączna liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki: 13 465 315