

**SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI
EUROMARK POLSKA S.A.
ZA OKRES OD 1 MARCA 2008 ROKU DO 28 LUTEGO 2009 ROKU.**

I. WSTĘP.

1. Rok obrotowy 2008/9 był trzecim pełnym rokiem działalności Spółki jako spółki akcyjnej. W związku z przekształceniem Spółki w dniu 1 grudnia 2005 roku, ze spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w spółkę akcyjną, oraz faktem, iż zgodnie ze statutem rok obrotowy Spółki zaczyna się 1 marca i kończy z ostatnim dniem lutego roku następnego, pierwszy rok obrotowy spółki akcyjnej trwał tylko trzy miesiące (od 1 grudnia 2005 roku do 28 lutego 2006 roku), natomiast pierwszy pełny rok działalności obejmował okres od 01 marca 2006 do 28 lutego 2007 roku.
2. Od 29 września 2006 r. akcje Spółki są notowane na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych.
3. Większościowymi akcjonariuszami Spółki na dzień 28 lutego 2009 roku byli: T.M.R. Investments Limited (spółka brytyjska) posiadająca 61,3 % akcji, OFE Commercial Union posiadający, co najmniej 5,0 % akcji oraz Tomasz Edmund Kosk posiadający 3,4% akcji. W okresie sprawozdawczym nastąpiły zmiany właścicielskie w związku z transakcjami publicznymi na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. W spółce nie występują akcje uprzywilejowane.
4. Zarząd spółki na koniec lutego 2009 roku składał się z dwóch osób: Tomasz Edmund Kosk – prezes zarządu, James Michael Kelly – wiceprezes zarządu (obaj powołani w dniu 25 sierpnia 2008 roku).
W okresie sprawozdawczym nastąpiły zmiany w Zarządzie spółki – w związku z zakończeniem kadencji poprzedniego Zarządu w składzie: Timothy Mark Roberts – prezes, Tomasz Edmund Kosk – wiceprezes, Marek Borowiecki i Teresa Warburton – członkowie, Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy powołało nowy skład Rady Nadzorczej, a ta na swoim inauguracyjnym posiedzeniu wybrała nowy Zarząd.
5. Na koniec lutego 2009 roku Rada nadzorcza spółki składała się z pięciu osób: Timothy Mark Roberts – przewodniczący, Aleksander Romanowski – wiceprzewodniczący, Piotr Chudy, Adam Piekarski oraz Daniel Jagodziński – członkowie.
W okresie sprawozdawczym nastąpiły zmiany w Radzie Nadzorczej spółki – w związku z zakończeniem kadencji rady nadzorczej w składzie: James Michael Kelly – przewodniczący, Aleksander Romanowski – wiceprzewodniczący, Adam Piekarski, Piotr Chudy, Daniel Jagodziński – członkowie, Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy w dniu 21 sierpnia 2008 roku, powołało nowy skład rady nadzorczej.
6. Na 28 lutego 2009 roku, kapitał zakładowy Spółki wynosił 2.443.750 zł i dzielił się na 12.218.750 akcji po 0,20 zł każda. W okresie sprawozdawczym kapitał zakładowy nie uległ zmianie.

II. OPIS DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI.

1. Podstawowym rodzajem działalności Spółki jest projektowanie i dystrybucja odzieży, obuwia i sprzętu outdoorowego. Jako lider na polskim rynku tej branży, spółka oferuje swoim partnerom biznesowym pełne spektrum form współpracy od hurtu po detal. W kraju towary dostarczane są do 300 sklepów, natomiast eksport prowadzony jest do: Rosji, Ukrainy, Słowacji, Białorusi, Bułgarii, Holandii, Grecji. Produkcja towarów oparta jest o całkowity outsourcing i skoncentrowana w krajach Dalekiego Wschodu, gdzie niska cena może iść w parze z wysoką jakością. Zlecenie produkcji starannie wyselekcjonowanym fabrykom pozwala na ograniczenie inwestycji w majątek trwały i koncentrację na projektowaniu towarów i budowie sieci sprzedaży. Celem uzyskania wyższych marż i większej kontroli nad ofertą kierowaną do ostatecznego odbiorcy – Spółka buduje własną sieć detaliczną pod nazwą „Planet Outdoor”. Spółka jest właścicielem cenionych na rynku polskim marek: Campus, Alpinus i od 2006 roku, nowej marki dla młodzieży- Stir Crazy.
2. Przychody Spółki ze sprzedaży towarów w okresie sprawozdawczym wyniosły 84.705 tys. zł netto i były o 8,9 % wyższe niż w porównywalnym okresie roku obrotowego 2007/8. Średnia marża na sprzedaży wyniosła 48,2 % i była o 1,7 % niższa niż w roku poprzednim. Zysk netto wyniósł 1.124 tys. zł w porównaniu do 2.076 tys. zł w roku 2007/8. Znaczący 46% spadek zysku wynika głównie z faktu spadku marży handlowej na skutek wyprzedaży nadmiernych zapasów towarów z lat poprzednich, oraz wzrostu kosztów działalności sklepów Planet Outdoor ulokowanych w nowych centrach handlowych, nowo otwarte sklepy nie osiągnęły jeszcze dojrzałości i w konsekwencji nie generują jeszcze zysków.
3. W okresie sprawozdawczym asortyment sprzedawanych towarów nie uległ zasadniczym zmianom. Firma w dalszym ciągu współpracowała ze zróżnicowaną grupą klientów: odbiorcami hurtowymi i detalicznymi. Struktura asortymentowa sprzedaży przedstawia się następująco:

- odzież	45,0 mln zł
- obuwie	17,6 mln zł
- sprzęt turystyczno- campingowy	22,0 mln zł
- pozostałe	0,1 mln zł

Strukturę wg kanałów sprzedaży podano poniżej:

- hurt	21,6 mln zł
- detal (własny i agencyjny)	51,9 mln zł
- eksport	11,2 mln zł
4. Na początku okresu sprawozdawczego Spółka posiadała 15 własnych salonów sprzedaży detalicznej działających pod nazwą sieci „Planet Outdoor” w następujących miejscowościach: Warszawa trzy sklepy, Poznań, Katowice, Gliwice, Ursus, Rybnik, Legnica, Lublin, Luboń, Gorzów Wielkopolski, Wrocław trzy sklepy. Do czasu publikacji tego raportu, liczba ta zwiększyła się do 20 salonów (przybyły sklepy w Bydgoszczy, Opolu, Białymstoku, Płocku i w Piasecznie). Przychody ze sprzedaży detalicznej we własnych salonach wyniosły w okresie sprawozdawczym 24,3 miliona zł i wzrosły o 37 % w porównaniu do analogicznego okresu 2007/8.

5. Dystrybucja towarów następowała z magazynu wynajmowanego centrum logistycznego w Błoniu koło Warszawy, a spedycję prowadziła firma GLS podobnie jak w roku poprzednim.
6. Spółka samodzielnie organizowała i finansowała dostawy towarów głównie z Dalekiego Wschodu. Było to możliwe dzięki uzyskanym kredytom rewolwingowym w Banku Ochrony Środowiska S.A. Zapasy towarów na koniec okresu sprawozdawczego były 19% niższe niż rok wcześniej, co było związane z wyprzedażą nadmiernych zapasów z lat poprzednich.
7. W roku 2008/9 spółka korzystała z trzech kredytów rewolwingowych w Banku Ochrony Środowiska S.A. Drugi Oddział w Warszawie, a poziom zadłużenia oscylował się w przedziale 16-28 milionów zł. Kredyty są spłacone terminowo. Terminy uruchamiania i spłat transz poszczególnych kredytów przedstawiają poniższe tabele:

Kredyt rewolwingowy 06/REW/2007 z 9 lipca 2007 r. z aneksami 1 – 4

Terminy	Kwoty
Od 09.07.07 do 09.08.07	Do 3.500.000 PLN
Od 10.08.07 do 07.10.07	Do 10.500.000 PLN
Od 08.10.07 do 04.11.07	Do 11.500.000 PLN
Od 05.11.07 do 03.12.07	Do 14.500.000 PLN
Od 04.12.07 do 31.03.08	Do 17.500.000 PLN
Od 01.04.08 do 30.04.08	Do 15.000.000 PLN
Od 01.05.08 do 31.05.08	Do 12.000.000 PLN
Od 01.06.08 do 30.06.08	Do 9.000.000 PLN
Od 01.07.08 do 31.07.08	Do 6.000.000 PLN
Od 01.08.08 do 31.08.08	Do 3.000.000 PLN

Kredyt rewolwingowy 824/02/2008 z 29 lutego 2008 r. z aneksami 1 – 3

Terminy	Kwoty
Od 03.03.08 do 06.04.08	Do 8.500.000 PLN
Od 07.04.08 do 20.05.08	Do 11.500.000 PLN
Od 21.05.08 do 15.06.08	Do 14.500.000 PLN
Od 16.06.08 do 30.09.08	Do 16.000.000 PLN
Od 01.10.08 do 31.10.08	Do 13.000.000 PLN
Od 01.11.08 do 30.11.08	Do 10.000.000 PLN
Od 01.12.08 do 31.12.08	Do 7.000.000 PLN
Od 01.01.09 do 31.01.09	Do 4.000.000 PLN
Od 01.02.09 do 28.02.09	Do 2.000.000 PLN

Kredyt rewolwingowy 1719/02/2008 z 26 września 2008 r. z aneksami 1 – 3

Terminy	Kwoty
Od 29.09.08 do 31.10.08	Do 12.000.000 PLN
Od 01.11.08 do 31.01.09	Do 18.000.000 PLN
Od 01.02.09 do 28.02.09	Do 16.000.000 PLN
Od 01.03.09 do 30.06.09	Do 15.000.000 PLN
Od 01.07.09 do 31.07.09	Do 9.000.000 PLN

Od 01.08.09 do 31.08.09	Do 6.000.000 PLN
Od 01.09.09 do 30.09.09	Do 3.000.000 PLN

8. Po nabyciu w październiku 2004 roku od Banku Współpracy Europejskiej S.A. praw do znaku towarowego Apinus, spółka kontynuowała sprzedaż towarów sygnowanych tym znakiem. W okresie sprawozdawczym wartość sprzedaży tych towarów osiągnęła 14,5 miliona zł. Płatności do BWE (obecnie Meritum Bank) realizowane są zgodnie z popisanym kontraktem.

9. Istotne umowy podpisane po 28 lutego 2009 r.

Po tej dacie nie podpisywano istotnych umów.

10. Najistotniejsze ryzyka i zagrożenia:

- ryzyko związane z warunkami pogodowymi;
w związku sezonowością sprzedaży, kolekcje towarów na sezon wiosna-lato i jesień-zima są silnie uzależnione od warunków pogodowych. W przypadku anormalnych warunków pogodowych w tych sezonach takich jak ciepła zima bez śniegu lub chłodne lato czy też jesień i wiosna bez opadów deszczu – sprzedaż spółki może znacznie odbiegać od normy i planów. Sytuacja taka ujawniła się ze szczególną siłą w dwóch poprzednich sezonach.
- ryzyko związane z fluktuacją kursów walut;
ze względu na fakt iż spółka płaci za towary w USD i częściowo Euro, a przychody ze sprzedaży towarów osiąga głównie w zł, powstaje ryzyko kursowe przy zakupie i sprzedaży walut. Spółka zabezpiecza się przed tym ryzykiem zawierając kontrakty typu forward. Prowadzony jest codzienny monitoring kursów walut i w przypadku istotnych zmian tych kursów, podejmowana jest decyzja o zawarciu kontraktu forward. W okresie sprawozdawczym nie zawierano tych kontraktów, ponieważ USD systematycznie tracił na wartości w stosunku do zł. Sytuacja gwałtownie zmieniła się jesienią 2008, na niekorzyść (osłabienie zł do USD/EURO) ale wtedy było już za późno aby podpisać takie kontrakty na korzystnych warunkach. Pozostały jedynie negocjacje z dostawcami towarów aby obniżyć ceny zakupu i udało się to osiągnąć dla niektórych grup towarów.
- ryzyko związane z sezonowością sprzedaży;
Przychody ze sprzedaży cechuje duża sezonowość. Największy popyt na towary spółka odnotowuje w sezonie jesienno-zimowym (65% obrotów), skutkuje to zróżnicowanym zapotrzebowaniem na kapitał obrotowy z widocznymi zmianami w poziomie zapasów. W związku z długim cyklem projektowania i produkcji, ważne jest monitorowanie i szacowanie wielkości sezonowego popytu, aby dostosować do niego poziom produkcji. Jeśli popyt w sezonie ulega nagłej zmianie ze względu na czynniki np. pogodowe to powstaje nadwyżka zapasów. Asortyment towarów spółki nie jest tak zmienny jak w branży odzieżowej, dlatego towary pozostałe po sezonie, mogą być sprzedane w sezonach następnych. Taka sytuacja wiąże się jednak z dodatkowymi

kosztami (zamrożony na dodatkowe 6 miesięcy kapitał obrotowy i większe koszty składowania).

- ryzyko związane z uzależnieniem od klientów i kanałów dystrybucji;
Spółka sprzedając swoje towary jako hurtownik do niezależnych detalistów stosuje zasadę kredytu kupieckiego. W razie niewypłacalności klienta mogą wystąpić problemy ze ściąganiem należności. Przed tym ryzykiem spółka zabezpiecza się posiadając polisę ubezpieczenia kredytu kupieckiego w towarzystwie Euler Hermes.
- ryzyko związane z uzależnieniem od dostawców;
Produkcja towarów zlecana jest całkowicie podmiotom zewnętrznym, głównie na Dalekim Wschodzie. Spółka posiada podpisane sezonowe kontrakty z producentami i wieloletnie dobre z nimi kontakty, co nie może jednak zagwarantować, iż nie wystąpią np. przejściowe kłopoty produkcyjne. Spółka zabezpiecza się przed tym ryzykiem zlecając produkcję jednego asortymentu towarów, co najmniej do dwóch fabryk.
- ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną w Polsce oraz na Dalekim Wschodzie;
Może wystąpić zjawisko nagłego załamania koniunktury gospodarczej lub wzrostu kosztów produkcji na Dalekim Wschodzie. Temu ryzyku spółka nie może zapobiec, ale na to samo ryzyko narażeni są wszyscy konkurenci spółki i cały rynek.
- ryzyko związane ze wzrostem krajowej i zagranicznej konkurencji na rynku;
Polski rynek jest atrakcyjny i ciągle nienasycony, ponadto posiada stosunkowo niskie bariery wejścia na niego, co może skutkować wzrostem konkurencji zagranicznej i krajowej. Zmniejszeniem tego ryzyka jest posiadanie przez spółkę własnych cenionych na rynku marek Campus i Alpinus, niższego poziomu cen niż średnia na rynku oraz rozwój własnej sieci detalicznej. Rynek jest rozdrobniony i przez to trudniejszy do opanowania przez silnego konkurenta, co nie zmienia faktu, iż następuje na nim koncentracja w czym spółka również uczestniczy planując przejęcia. Obecnie jest to mocno ograniczone ze względu na brak środków w spółce.

11. Sytuacja w spółce Eurotech.

Sprzedaż w okresie sprawozdawczym 2008/2009 była w szczególności utrudniona, zarówno pod kątem pogody jak i recesji w Wielkiej Brytanii, której rezultatem był tzw. kryzys kredytowy. Spółka nie tylko odczuła skutki złych długów jak również musiała podjąć zdecydowane kroki w celu sprzedania wcześniejszych zapasów towarów przy obniżonych marżach, w szczególności odzieży Wynnster i namiotów.

Sprzedaż i marża zmniejszyły się o odpowiednio 12,7 mln i 4,8 mln zł:

Obrót towarami Khyam zmniejszył się na skutek niekorzystnych warunków pogodowych w okresie letnim. Podczas gdy obrót był niższy niż prognozowany, marża została zrealizowana przy minimalnych zapasach towarów przeniesionych na sezon 2009/2010.

Sezon był wyjątkowo rozczarowujący dla marki Wynnster, której obrót był w szczególności niski na skutek deszczowej pogody. Zysk brutto zmniejszył się o prawie połowę na skutek agresywnej wyprzedaży starych zapasów towaru. Spółka rozpoczyna jednak sezon 2009/2010 bez zalegających towarów (namiotów) co jest efektem pozytywnym.

Decyzja Karrimor o rozszerzeniu sprzedaży i wprowadzeniu produktów marki do własnej sieci sklepów na terenie Wielkiej Brytanii miała istotny wpływ na obrót. Klienci byli rozczarowani gorszą jakością produktów w porównaniu do wcześniejszej pozycji marki, oferującej produkty wyższej wartości pod tą samą nazwą. Okoliczności te przyczyniły się do wyczyszczenia składów magazynowych Karrimor kosztem osiąganey marży i zakończeniem dystrybucji.

Powyżej opisane straty na sprzedaży i marży zostały w pewnym stopniu zrekompensowane agresywną redukcją wydatków opisanych w punkcie 2.4, jednakże całkowity wynik finansowy stanowił stratę przed opodatkowaniem w wysokości 3,3 mln zł.

Wyniki finansowe jak i opinia audytora z Wielkiej Brytanii zmotywowały Spółkę do dalszego obniżenia kosztów operacyjnych i zrewidowania opcji przyszłych modeli sprzedaży.

Rozważane było również rozpoznanie trwałej utraty wartości w wartości księgowej spółki matki.

Kombinacja pozytywnych wielkości pozyskanych na podstawie testów dotyczących trwałej utraty wartości, opartych na przewidywaniach sprzedaży marki Kyham, pod którą sprzedaje się głównie namioty oraz marki Wynnster, która jest marką outdoor'ową o szerszym przeznaczeniu, uwzględniającą odzież i akcesoria, oraz powrót spółki do rentowności w pierwszym kwartale roku obrotowego 2009/2010, pomimo ciągłych utrudnionych warunków sprzedaży pozwoliły na wyciągnięcie wniosków, że nie zachodzi potrzeba rozpoznania trwałej utraty wartości w tym wypadku, ale że istnieje konieczność rozpatrzenia tej kwestii ponownie w trzecim kwartale, po zakończeniu sezonu Wiosna-Lato. Należy wziąć jednak pod uwagę, że gospodarka Wielkiej Brytanii pozostaje w recesji a warunki sprzedaży pozostają znacznie utrudnione.

12. Spółka nie posiada akcji własnych.

13. Na dzień bilansowy w posiadaniu osób zarządzających znajdowały się n/w akcje spółki:

- Timothy Mark Roberts (przewodniczący rady nadzorczej) 7.490.400 akcji co stanowi 61,3% kapitału zakładowego i 61,3% głosów na walnym zgromadzeniu (pośrednio przez T.M.R Investments Ltd. spółkę brytyjską, w której jest jedynym udziałowcem);
- Tomasz Edmund Kosk (prezes zarządu) 412.000 akcji co stanowi 3,4% kapitału zakładowego spółki i 3,4% głosów na walnym zgromadzeniu.

14. Spółka nie posiada oddziałów i zakładów.

15. Spółka nie prowadzi działalności badawczo-rozwojowej.

16. Spółka nie zawierała żadnych umów z akcjonariuszami i osobami zarządzającymi (poza umowami o pracę).

17. Spółka nie publikowała prognozy na rok obrotowy 2008/9.

18. Spółka realizuje na bieżąco swoje zamierzenia inwestycyjne polegające głównie na rozwoju własnej sieci detalicznej „Panet Outdoor”, finansując je początkowo z wpływów z emisji akcji serii B a następnie z kredytów bankowych oraz środków własnych.
19. W okresie sprawozdawczym nie nastąpiły zmiany w zasadach zarządzania przedsiębiorstwem, jedynie Grupa Kapitałowa powiększyła się o spółkę Espina Sport Sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku (od 1 listopada 2008 r.) w której Euromark nabył 100% udziałów.
20. Transakcje z podmiotami powiązanymi i udzielone gwarancje.
Spółka prowadzi sprzedaż towarów do spółek zależnych Eurotech Leisure Ltd. w Wielkiej Brytanii i Euromark Ukraina Ltd. oraz zakup usług magazynowo-logistycznych od spółki Camar Sp. z o.o. Wielkość obrotów z tymi spółkami w roku obrotowym 2008/9 nie przekroczyła kwoty 500.000 Euro.
Spółka udzieliła pożyczki spółce zależnej Eurotech Leisure Ltd. z Wielkiej Brytanii w kwocie 3.000.000 zł z przeznaczeniem na środki obrotowe związane z zakupem marki Wynnster. Oprocentowanie pożyczki wynosi 6,5 % w skali roku (stopa rynkowa) a termin spłaty przypadał na 31.12.2009 r. W dniu 10.10.2008 dokonano konwersji tej pożyczki na podwyższenie kapitału zakładowego spółki Eurotech.
Spółka udzieliła gwarancji na kwotę 1.291.000 GBP w związku wieloletnią umową dzierżawy nieruchomości przez Eurotech od spółki L&C Investments Ltd. nieruchomości w Walsall w Wielkiej Brytanii.
W/w gwarancje udzielono nieodpłatnie ze względu na 100% zależność Eurotech Leisure Ltd. od Euromark Polska S.A.
21. Informacja o uprawnionych podmiotach badających sprawozdania finansowe spółki:
a) w roku obrotowym 2007/8 przegląd półrocznego jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz badanie rocznego jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego spółki zlecono firmie Baker Tilly Smoczyński i Partnerzy Sp. z o.o. na podstawie umowy z dnia 25.10.2007. Wynagrodzenie z tytułu umowy wyniosło:
- przegląd sprawozdania jednostkowego za półrocze – 4000 Euro plus 22% VAT;
- przegląd sprawozdania skonsolidowanego za półrocze – 3500 Euro plus 22% VAT;
- badanie sprawozdania rocznego jednostkowego – 8000 Euro plus 22% VAT;
- badanie sprawozdania rocznego skonsolidowanego – 5500 Euro plus 22% VAT.

b) w roku obrotowym 2008/9 przegląd półrocznego jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz badanie rocznego jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego, zlecono firmie Baker Tilly Smoczyński i Partnerzy Sp. z o.o. na podstawie umowy z dnia 12.09.2008 r. Wynagrodzenie z tytułu tej umowy wynosi:
- przegląd sprawozdania jednostkowego za półrocze – 16000 zł plus 22% VAT;
- przegląd sprawozdania skonsolidowanego za półrocze – 14000 zł plus 22% VAT;
- badanie sprawozdania rocznego jednostkowego – 29000 zł plus 22% VAT;
- badanie sprawozdania rocznego skonsolidowanego – 23000 zł plus 22% VAT.
22. Informacja o zatrudnieniu i wynagrodzeniach kadry zarządzającej.
Tomasz Kosk (wiceprezes/prezes zarządu) oraz Marek Borowiecki (członek zarządu) zatrudnieni byli na podstawie umów o pracę zgodnych z polskim Kodeksem pracy i umowy te nie przewidują innych odszkodowań i odpraw niż wynikające z w/w przepisów.

Timothy Mark Roberts (prezes zarządu), James Kelly (wiceprezes zarządu) i Teresa Warburton (członek zarządu) w spółce pobierali jedynie wynagrodzenie za udział w posiedzeniach zarządu w których uczestniczyli (zgodnie z regulaminem zarządu). Zasadnicze wynagrodzenia pobierali w spółce zależnej Eurotech Leisure Ltd w Wielkiej Brytanii gdzie byli zatrudnieni jako dyrektorzy na podstawie kontraktów.

Poniższa tabela przedstawia roczne wynagrodzenia zarządu (w tys. zł) uzyskane w Spółce Euromark Polska S.A.

	2007/8	2008/9
Timothy Mark Roberts	0	0
Tomasz Edmund Kosk	253	240
Teresa Warburton	9	0
Marek Borowiecki	187	121
James Michael Kelly	0	51
Rada Nadzorcza	10	20

23. Ograniczenia w dysponowaniu akcjami.

Główny akcjonariusz Spółki – TMR Investments Ltd. spółka brytyjska (kontrolowana w 100% przez Tima Roberta), rozważa możliwość przyznania części swoich akcji serii A, wybranym pracownikom Emitenta tj. członkom zarządu, rady nadzorczej, kadry kierowniczej i kluczowych pracowników Emitenta. Łączna liczba osób objętych Programem wynosiłaby ok. 40.

Liczbę akcji, do których nabycia byłyby uprawnione poszczególne osoby, TMR Investments Ltd. zamierza uzależnić od stanowiska i znaczenia danej osoby w Spółce oraz liczby lat pracy dla Emitenta.

W ramach Programu TMR Investments Ltd. zamierza zaoferować mniej niż 5% ogólnej liczby akcji serii A, po cenie niższej niż cena sprzedaży akcji serii A w pierwszej publicznej ofercie tj. 15,50 zł.

Jednocześnie TMR Investments Ltd. zobowiązał się, że jeśli podjęta zostanie formalna decyzja o przeprowadzeniu Programu, to zobliguje on pracowników, którzy nabędą akcje serii A w ramach Programu, do nie zbywania nabytych przez nich akcji, w liczbie przekraczającej 20% rocznie. Takie zobowiązanie obowiązywałoby beneficjentów Programu przez okres 5 lat od daty pierwszego notowania akcji Spółki na GPW.

Do dnia publikacji tego sprawozdania żadna formalna decyzja TMR Investments Ltd. w sprawie programu nie została podjęta. Nie są również znane żadne bardziej szczegółowe warunki realizacji Programu oraz harmonogram.

W dniu 4 maja 2006 roku pomiędzy TMR Investments Ltd. a Oferującym – Millennium DM S.A., została zawarta umowa, w której TMR Investments Ltd. zobowiązał się iż:

a) zaoferuje w Ofercie sprzedaży nie więcej niż 1.872.600 akcji serii A (ostatecznie sprzedano 1.872.600 akcji serii A z należących do TMR Investments Ltd.);

b) w okresie 24 miesięcy od daty pierwszego notowania akcji serii A na GPW nie będzie zbywać ani obciążać pozostałych należących do niego akcji serii A.

Ograniczenie wskazane w pkt. b) nie dotyczy ewentualnej sprzedaży akcji serii A należących do TMR Investments Ltd. (poniżej 5% ogólnej liczby akcji serii A) na rzecz pracowników w ramach Programu opisanego powyżej.

III. WNIOSKI.

1. Ostatnie lata w Polsce to poprawa koniunktury gospodarczej, w tym warunków dla handlu, niestety w naszej niszowej branży wzrost ten nie jest tak odczuwalny jak w innych branżach. Spółka wykorzystała ten okres umacniając się na pozycji krajowego lidera rynku outdoorowego. Należy jednak w dalszym ciągu zwracać szczególną uwagę na jakość towarów i terminowość ich dostaw oraz utrzymać korzystną relację cen w stosunku do oferty konkurencji. Pozycja własnych znaków towarowych Campus i Alpinus jest stabilna, a nowa marka Stir Crazy może stać się dochodowa w perspektywie kilku lat.
2. Według oceny Zarządu w najbliższych dwóch latach, spółka będzie się rozwijała w tempie kilkuprocentowego corocznego wzrostu przychodów i kilkunastoprocentowego wzrostu zysku. Ocena ta oparta jest głównie na niezagrożonym rozwoju własnej sieci sprzedaży detalicznej Planet Outdoor oraz umacnianiu się na rynku marek Alpinus i Campus, nawet przy uwzględnieniu spowolnienia gospodarczego w Polsce. Istotnym elementem w realizacji tych planów mogą okazać się ograniczenia w dostępie do kredytów, wynikające z sytuacji na rynku bankowym.
3. Zima w sezonie 2008/9 była mroźniejsza i z większą ilością śniegu niż dwie zimy poprzednie, co poprawiło nastroje w handlu sprzętem outdoorowym. Niestety okres ten to także początek recesji ogólnoswiatowej co przekłada się na spadek popytu na nasze towary. Wiele firm tej branży popadło w kłopoty finansowe w związku z ograniczonym dostępem do kredytów. Wszystkie te firmy posiadały nadmierne stany zapasów towarów z lat poprzednich, co skutkowało obniżonymi obrotami w roku finansowym 2008/9 i spadkiem marż. Euromark też był ofiarą tych uwarunkowań. Aby ustrzec się przed niekorzystnym wpływem pogody w przyszłości, Spółka przystąpiła do opracowania bardziej zróżnicowanych kolekcji towarów, przystosowując je do ocieplającego się klimatu, pierwsze takie kolekcje pojawią się w sezonie 2009/10.
4. Zarząd wnioskuje, aby cały zysk netto w kwocie 1.124 tys. zł, przeznaczyć na kapitał zapasowy spółki.

ZARZĄD SPÓŁKI

1. Tomasz Edmund Kosk
Prezes Zarządu

2. James Michael Kelly
Wiceprezes Zarządu

.....

.....

Warszawa, 30 czerwca 2009 r.