

Informacja dodatkowa do skróconego skonsolidowanego
sprawozdania finansowego „Euromark Polska” S.A. za IV kwartał
roku obrotowego 2010/2011

oraz

Pozostałe informacje do rozszerzonego skonsolidowanego raportu
„Euromark Polska” S.A. za IV kwartał roku obrotowego 2010/2011



Spis treści:

1	WYBRANE DANE FINANSOWE.....	4
	<i>Prezentacja sytuacji finansowej Grupy Kapitałowej Emitenta</i>	6
1.1	Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych.....	6
1.2	Marże oraz wskaźniki finansowe	13
1.3	Historyczne dane finansowe.....	15
1.4	Ocena przyszłej sytuacji finansowej	16
1.5	Charakterystyka struktury aktywów i pasywów skonsolidowanego bilansu	17
1.6	Opis istotnych pozycji pozabilansowych	18
1.7	Zarządzanie zasobami finansowymi	18
1.8	Informacja o instrumentach finansowych	18
2	INFORMACJA DODATKOWA DO SKRÓCONEGO	
	SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	20
2.1	Podstawa sporządzenia skróconego skonsolidowanego i jednostkowego sprawozdania finansowego oraz informacja o zmianach stosowanych zasad rachunkowości.	20
2.2	Objaśnienia dotyczące sezonowości lub cykliczności działalności Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A. w okresie objętym raportem.	21
2.3	Czynniki i zdarzenia, w szczególności o nietypowym charakterze, mające znaczący wpływ na osiągnięte skonsolidowane, kwartalne wyniki finansowe.	21
2.4	Informacje na temat rodzaju oraz kwoty zmian wartości szacunkowych kwot, które były podawane w poprzednich okresach kwartalnych bieżącego roku obrotowego lub zmiany wartości szacunkowych podawanych w poprzednich latach obrotowych, wywierających istotny wpływ na bieżący okres.	22
2.5	Informacje dotyczące emisji, wykupu i spłaty dłużnych i kapitałowych papierów wartościowych.	22
2.6	Informacje dotyczące wypłaconej (lub zadeklarowanej) dywidendy, łącznie lub w przeliczeniu na jedną akcję, z podziałem na akcje zwykłe i pozostałe akcje.	22
2.7	Przychody i wyniki przypadające na poszczególne segmenty działalności.....	22
2.8	Istotne zdarzenia następujące po zakończeniu okresu śródrocznego, które nie zostały odzwierciedlone w sprawozdaniu finansowym.	24
2.9	Skutki zmian w strukturze Grupy Kapitałowej, w tym w wyniku połączenia jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek grupy kapitałowej, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności. .	24
2.10	Zmiany zobowiązań warunkowych lub aktywów warunkowych, które nastąpiły od czasu zakończenia ostatniego roku obrotowego.....	24
2.11	Szacunki dotyczące przyszłych zobowiązań wynikających z zawartych umów najmu.	25
2.12	Istotne dokonania Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A. w okresie czterech kwartałów roku obrotowego 2010/2011	25
2.12.1	Wzrost wyników prowadzonej działalności	25
2.12.2	Wyniki w podziale na sprzedaż i marki	26
2.12.3	Kapitał obrotowy	26
2.12.6	Dane dotyczące sprzedaży	28
2.12.7	Rynki zbytu	29
2.13	Noty objaśniające do skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego	30
2.13.1	Rzeczowe aktywa trwałe.....	30

2.13.2	Zapasy	30
2.13.3	Należności	30
2.13.4	Rezerwy	30
2.13.5	Podatek dochodowy	31
2.13.6	Różnice kursowe	31
2.14	Data zatwierdzenia sprawozdania finansowego do publikacji	31
3	INFORMACJA DODATKOWA DO KWARTALNEJ	
	INFORMACJI FINANSOWEJ	32
3.1	Noty objaśniające do skróconego jednostkowego sprawozdania finansowego ..	44
3.1.1	Rzeczowe aktywa trwałe	44
3.1.2	Zapasy	44
3.1.3	Należności	45
3.1.4	Rezerwy	45
3.1.5	Podatek dochodowy	45
3.1.6	Różnice kursowe	45
4	POZOSTAŁE INFORMACJE	46
4.1	Charakterystyka Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A.	46
4.2	Informacje o podstawowych produktach, towarach i usługach oraz o rynkach zbytu i zaopatrzenia	48
4.2.1	Powierzchnia handlowa	48
4.2.2	Nowe sklepy agencyjne	48
4.2.3	Rozpoznawalność marki i produktu	48
4.2.4	Działania marketingowe i pozycjonowanie	50
4.2.5	Jakość produktu	53
4.3	Wskazanie skutków zmian w strukturze grupy kapitałowej	53
4.4	Stanowisko Zarządu odnośnie do możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok	53
4.5	Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Euromark Polska S.A. na dzień przekazania raportu kwartalnego	53
4.6	Zmiany w organach zarządzających i nadzorujących	54
4.7	Zestawienie stanu posiadania akcji Euromark Polska S.A. lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta na dzień przekazania raportu kwartalnego	54
4.8	Informacja o postępowaniach przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej	55
4.9	Transakcje z podmiotami powiązanymi	56
4.10	Informacje o udzielonych poręczeniach i gwarancjach	56
4.11	Dodatkowe informacje istotne dla oceny sytuacji finansowej, majątkowej, kadrowej oraz wyniku finansowego Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A. i ich zmian oraz informacje istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Grupę Kapitałową Emitenta	56
4.12	Opis podstawowych ryzyk i zagrożeń związanych z pozostałymi miesiącami roku obrotowego	58
4.13	Wskazanie czynników, które w ocenie Euromark Polska S.A. będą mogły mieć wpływ na wyniki osiągnięte przez Grupę Kapitałową Euromark Polska S.A. w perspektywie co najmniej kolejnego kwartału	58

1 WYBRANE DANE FINANSOWE

Grupa Kapitałowa Euromark Polska S.A.

Skrócone sprawozdanie finansowe za IV kwartał roku obrotowego 2010/2011.

WYBRANE DANE FINANSOWE SKONSOLIDOWANE

DANE W TYS. ZŁ/EURO

Przychody netto ze sprzedaży	108 809	111 688
Zysk z działalności operacyjnej	7 183	5 078
Zysk/(strata) brutto	4 627	-209
Zysk/(strata) netto	3 693	-1 063
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-11 752	12 093
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-858	-1 861
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	7 436	-7 659
Przepływy pieniężne netto razem	-5 175	2 573
Aktywa razem	107 838	94 918
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	49 586	40 459
Zobowiązania długoterminowe	526	112
Zobowiązania krótkoterminowe	38 542	29 204
Kapitał własny	58 252	54 459
Kapitał zakładowy	2 444	2 444
Liczba akcji (w szt.)	12 218 750	12 218 750
Zysk na 1 akcję zwykłą (w zł/EUR)	0,30	-0,09
Rozwodniony zysk na jedną akcję zwykłą (w zł/EUR)	0,30	-0,09
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł/EUR)	4,77	4,46
Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w zł/EUR)	4,77	4,46
Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję	0	0

ZŁ	ZŁ
I-IV kwartał 2010-2011 Konsolidacja	I- IV kwartał 2009-2010 Konsolidacja
108 809	111 688
7 183	5 078
4 627	-209
3 693	-1 063
-11 752	12 093
-858	-1 861
7 436	-7 659
-5 175	2 573
107 838	94 918
49 586	40 459
526	112
38 542	29 204
58 252	54 459
2 444	2 444
12 218 750	12 218 750
0,30	-0,09
0,30	-0,09
4,77	4,46
4,77	4,46
0	0

EUR	EUR
I-IV kwartał 2010-2011 Konsolidacja	I-IV kwartał 2009-2010 Konsolidacja
27 245	26 265
1 799	1 194
1 158	-49
925	-250
-2 956	3 041
-216	-468
1 870	-1 926
-1 301	647
27 120	23 868
12 470	10 174
132	28
9 693	7 344
14 650	13 694
615	615
12 218 750	12 218 750
0,08	-0,02
0,08	-0,02
1,20	1,12
1,20	1,12
0	0

WYBRANE DANE FINANSOWE JEDNOSTKOWE

DANE W TYS. ZŁ/EURO

Przychody netto ze sprzedaży	102 830	89 797
Zysk z działalności operacyjnej	5 395	14 526
Zysk brutto	3 658	1 830
Zysk netto	2 999	1 502
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-11 749	8 852
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-825	-1 151
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	7 452	-3 419
Przepływy pieniężne netto razem	-5 122	4 282
Aktywa razem	110 966	97 790
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	46 239	36 079
Zobowiązania długoterminowe	526	112
Zobowiązania krótkoterminowe	35 990	25 651
Kapitał własny	64 727	61 711
Kapitał zakładowy	2 444	2 444
Liczba akcji (w szt.)	12 218 750	12 218 750
Zysk na 1 akcję zwykłą (w zł/EUR)	0,25	0,12
Rozwodniony zysk na jedną akcję zwykłą (w zł/EUR)	0,25	0,12
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł/EUR)	5,30	5,05
Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w zł/EUR)	5,30	5,05
Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję	0	0

Zł	Zł
I-IV kwartał 2010-2011 Jednostka	I-IV kwartał 2009-2010 Jednostka
102 830	89 797
5 395	14 526
3 658	1 830
2 999	1 502
-11 749	8 852
-825	-1 151
7 452	-3 419
-5 122	4 282
110 966	97 790
46 239	36 079
526	112
35 990	25 651
64 727	61 711
2 444	2 444
12 218 750	12 218 750
0,25	0,12
0,25	0,12
5,30	5,05
5,30	5,05
0	0

EUR	EUR
I-IV kwartał 2010-2011 Jednostka	I-IV kwartał 2009-2010 Jednostka
25 748	21 117
1 351	3 416
916	430
751	353
-2 955	2 226
-208	-289
1 874	-860
-1 288	1 077
27 907	24 590
11 629	9 072
132	28
9 051	6 450
16 278	15 518
615	615
12 218 750	12 218 750
0,06	0,03
0,06	0,03
1,33	1,27
1,33	1,27
0	0

Prezentacja sytuacji finansowej Grupy Kapitałowej Emitenta

1.1 Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych

Wybrane dane finansowe Grupy odzwierciedlające wyniki finansowe osiągnięte w pierwszych czterech kwartałach roku finansowego 2010/2011 w porównaniu z analogicznym okresem roku finansowego 2009/2010, z wyłączeniem wyników osiągniętych przez sprzedaną spółkę Eurotech oraz straty na jej sprzedaży, przedstawiają się następująco:

	I - IV kw. 10/11 PLN mln	I - IV kw. 09/10 PLN mln	zmiana %
Przychody ze sprzedaży	108,8	94,4	15,3
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	55,7	47,8	16,6
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży %	51,2	50,7	
Koszty sprzedaży	39,3	34,8	12,9
Koszty zarządu oraz pozostałe	9,3	9,1	1,6
Koszty finansowe netto	2,6	3,0	(15,7)
Strata na sprzedaży spółki Eurotech	-	-	
EBITDA	8,2	4,2	96,0
EBIT	6,2	2,3	175,3
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	4,6	0,9	439,9
Zysk (strata) netto	3,7	0,4	783,7
Odsetki	1,6	1,4	17,6
Amortyzacja	2,0	1,9	3,9
Podatek	0,9	0,4	113,0
Analiza sprzedaży w Grupie			
Euromark	102,8	89,8	14,5
Pozostałe spółki i wyłączenia konsolidacyjne	6,0	4,6	31,3
Sprzedaż razem	108,8	94,4	15,3

Powyższe zestawienie przedstawia wyniki osiągnięte w okresie czterech kwartałów roku obrotowego 2010/2011w porównaniu do wyników poprzedniego roku obrotowego wypracowanych przez jednostki pozostałe w Grupie Euromark po sprzedaży w sierpniu 2009 roku spółki zależnej Eurotech Leisure Ltd.

W opinii Zarządu jest to jedyna rzetelna forma prezentacji wyników porównawczych, gdyż dotyczy spółek kontynuujących działalność w Grupie.

Na uwagę zasługuje fakt, iż w analizowanym okresie miał miejsce znaczący wzrost sprzedaży i marży brutto. Z drugiej strony wzrostowi sprzedaży towarzyszył wzrost kosztów sprzedaży związany z uruchomieniem na przestrzeni czterech kwartałów roku obrotowego 2010/2011 nowych sklepów agencyjnych oraz wzrost prowizji agencyjnych. Wzrost kosztów odnotowano również w kategorii kosztów zarządu oraz pozostałych kosztów operacyjnych, jednakże wpływ tego zjawiska został zbilansowany poprzez

spadek kosztów finansowych netto. Spadek ten był rezultatem zmniejszonego finansowania zewnętrznego, które w konsekwencji obarczone było mniejszymi odsetkami od kredytów.

W rezultacie, wszystkie zaprezentowane powyżej miary rentowności, począwszy od EBITDA a skończywszy na zysku netto, który jest prawie ośmiokrotnie wyższy niż w roku poprzednim, są znacząco lepsze od wskaźników dla wyników wypracowanych w roku ubiegłym.

Jednocześnie, stosownie do wymogów przepisów prawa, przedstawiono poniżej dane prezentujące całościowe wyniki finansowe Grupy Kapitałowej (tj. bez dokonywania wyłączeń z tytułu sprzedaży Eurotech Leisure) za cztery kwartały roku obrotowego 2010/11 w porównaniu do analogicznego okresu roku obrotowego 2009/10:

	I - IV kw. 10/11 PLN mln	I - IV kw. 09/10 PLN mln	zmiana %
Przychody ze sprzedaży	108,8	111,7	(2,6)
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	55,7	51,9	7,4
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży %	51,2	46,5	
Koszty sprzedaży	39,3	35,3	11,4
Koszty zarządu oraz pozostałe	9,3	11,6	(19,8)
Koszty finansowe netto	2,6	3,0	(16,2)
Strata na sprzedaży spółki Eurotech	-	2,2	
EBITDA	8,2	3,3	149,6
EBIT	6,2	1,1	465,1
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	4,6	(0,2)	(2 313,9)
Zysk (strata) netto	3,7	(1,1)	(447,5)
Odsetki	1,6	1,4	17,6
Amortyzacja	2,0	2,2	(6,8)
Podatek	0,9	0,9	9,3
Analiza sprzedaży w Grupie			
Euromark	102,8	89,8	14,5
Eurotech	0,0	17,3	(100,0)
Pozostałe spółki i wyłączenia konsolidacyjne	6,0	4,6	31,3
SPRZEDAŻ RAZEM	108,8	111,7	(2,6)

W opinii Zarządu Emitenta, powyższa analiza nie ma istotnej wartości porównawczej dla Spółek kontynuujących działalność w Grupie Kapitałowej Euromark.

Wybrane dane finansowe ze sprawozdania z całkowitych dochodów:

	I - IV kw. 10/11 PLN mln	I - IV kw. 09/10 PLN mln	zmiana %
Przychody ze sprzedaży	108,8	111,7	(2,6)
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	55,7	51,9	7,4
Zysk (strata) brutto na sprzedaży %	51,2	46,5	
Koszty sprzedaży	39,3	35,3	11,4
Koszty zarządu oraz pozostałe	9,3	11,6	(19,8)
Koszty finansowe netto	2,6	3,0	(16,2)
Strata na sprzedaży Spółki Eurotech	-	2,2	
EBITDA	8,2	3,2	154,9
EBIT	6,2	1,1	484,8
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	4,6	(0,2)	(2 313,9)
Zysk netto	3,7	(1,1)	(447,5)

Jak zaznaczono powyżej, w opinii Zarządu rzetelna i właściwa prezentacja wyników finansowych za okres czterech kwartałów roku 2010/2011 wraz z wynikiem dla okresu porównawczego powinna obejmować wyłączenie wyników finansowych spółki zależnej Eurotech oraz wynik na sprzedaży tej spółki za ubiegły rok finansowy. Zestawienie wyników sporządzone w oparciu o założenia wskazane powyżej zostały zaprezentowane poniżej:

	I - IV kw. 10/11 PLN mln	I - IV kw. 09/10 PLN mln	zmiana %
Przychody ze sprzedaży	108,8	94,4	15,3
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	55,7	47,8	16,6
Zysk (strata) brutto na sprzedaży %	51,2	50,7	
Koszty sprzedaży	39,3	34,8	12,9
Koszty zarządu oraz pozostałe	9,3	9,1	1,6
Koszty finansowe netto	2,6	3,0	(15,7)
Strata na sprzedaży Spółki Eurotech	-	-	
EBITDA	8,2	4,2	96,0
EBIT	6,2	2,3	175,3
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	4,6	0,9	439,9
Zysk netto	3,7	0,4	783,7

Sprzedaż w czterech kwartałach roku finansowego 2010/2011 wzrosła o 15,3% w porównaniu z rokiem ubiegłym, na co złożyły się następujące wyniki wypracowane przez poszczególne spółki z Grupy Euromark:

- 14,5% wzrost sprzedaży Spółki Dominującej,
- 62,0% wzrost sprzedaży spółki Euromark Ukraina,
- 11,3% spadek sprzedaży spółki Espina.

Sprzedaż Spółki Dominującej stanowiła 93% ogólnej sprzedaży Grupy dla okresu czterech kwartałów roku obrotowego 2010/11 natomiast pozostała część sprzedaży przypadała na spółki zależne Espina oraz Euromark Ukraina.

Wzrost sprzedaży o 14,5% osiągnięty przez Euromark Polska S.A. jest wypadkową 23% wzrostu sprzedaży w pierwszej połowie roku obrotowego 2010/11 oraz prawie 10% wzrostu sprzedaży w kolejnych 6 miesiącach. Dynamika sprzedaży w pierwszej połowie roku obrotowego 2010/2011 w opinii Zarządu była zgodna z oczekiwaniami oraz spowodowana w głównej mierze pozytywną reakcją klientów na produkty z kolekcji Campus Wiosna/Lato 2010/11, w której pojawiły się nowe kategorie produktów oraz nowe wzory. W kolejnych dwóch kwartałach, w szczególności w IV kwartale roku 2010/2011, Zarząd nie spodziewał się powtórzenia sukcesu z roku ubiegłego, kiedy to IV kwartał był pod względem sprzedaży lepszy o 21% od IV kwartału roku obrotowego 2008/09, nie mniej jednak z zadowoleniem odnotował dalszy wzrost sprzedaży.

Jednocześnie, negatywny wpływ na możliwości osiągania przychodów z bieżącej działalności przez Spółkę Dominującą miało zjawisko istotnego ograniczenia akcji kredytowej banków finansujących bieżącą działalność Emitenta. Zjawisko, o którym mowa powyżej zostało zaobserwowane w okresie od lutego do listopada 2010 roku. W konsekwencji powyższego w istotnym stopniu ograniczona została możliwość dokonywania zakupów towarów z ich przeznaczeniem do produkcji nowych kolekcji, co niekorzystnie wpłynęło na poziom podaży produktów z nowej kolekcji, a w konsekwencji na możliwość generowania sprzedaży. Szczegółowe informacje nt. opisanego powyżej zjawiska pokazane są w dziale dot. przepływów pieniężnych poniżej oraz w punkcie 2.12.3. Według szacunków Zarządu, jeżeli Spółka Euromark byłaby w stanie dokonać zakupów towarów jak zaplanowano, dałoby to w okresie czterech kwartałów bieżącego roku obrotowego dodatkowe 7,5 mln PLN wyniku na sprzedaży oraz ok. 4,1 mln PLN marży przy niewielkim wzroście kosztów operacyjnych. Wyliczenia zaprezentowane powyżej dokonano w oparciu o analizę poszczególnych produktów (z uwzględnieniem każdej wersji kolorystycznej) poprzez przypisanie wartości opóźnionej dostawy (lub braku takiej dostawy w danym okresie) do potencjału sprzedaży danego produktu. Potencjał sprzedaży określono na podstawie zamówień przedsezonowych, zainteresowania klientów poszczególnymi typami produktów w okresie i danymi historycznymi odnoszącymi się do sprzedaży produktów z danej kategorii w okresie roku poprzedniego.

Spółka Euromark Ukraina, pomimo trwającej recesji na rynku lokalnym, zrealizowała prawie 62% wzrost sprzedaży wyrażonej w PLN. Utrzymujące się od kilku kwartałów spowolnienie gospodarcze na Ukrainie spowodowało, iż wielu konkurentów działających na lokalnym rynku outdoorowo-sportowym, przy zaobserwowanym obniżeniu poziomu finansowania przez banki, nie sprostało takiej sytuacji i zaniechało działalności co spowodowało, iż Euromark Ukraina wzmocnił swoją pozycję na lokalnym rynku. W konsekwencji, Euromark Ukraina podwoiła zysk netto za cztery kwartały roku obrotowego 2010/11 w porównaniu z rokiem ubiegłym.

Espina Sport, kolejna handlowa spółka z Grupy Euromark, zlokalizowana w Trójmieście w ramach której funkcjonują 4 sklepy detaliczne, osiągnęła rozczerwujący wynik 11,3%

spadku sprzedaży za cztery kwartały 2010/11 w porównaniu z rokiem ubiegłym. Znaczna część spadku sprzedaży przypadała na miesiąc styczeń 2011 roku, kiedy to ferie zimowe w województwie pomorskim zbiegły się z ciepłą i bezśnieżną aurą zimową, co nie sprzyjało zakupom odzieży oraz sprzętu do uprawiania sportów zimowych.

Marża brutto zrealizowana w okresie czterech kwartałów roku obrotowego 2010/2011 wzrosła o ponad 0,5 punktu procentowego. Było to możliwe dzięki zmniejszeniu udziału starszych kolekcji w sprzedaży oraz korzystnemu kursowi PLN/USD.

Wzrost kosztów sprzedaży o 12,9% był spowodowany głównie wydatkami na prowizje agencyjne, których łączna wartość wzrosła o 17% całkowicie w następstwie 16,5% wzrostu sprzedaży w kanale agencyjnym. Dynamika wzrostu kosztów zarządu w wysokości 1,6% ukształtowała się znacznie poniżej wskaźnika inflacji, co wskazuje, iż Zarząd w pełni kontroluje sytuację w tym obszarze.

Struktura aktywów

	I - IV kw. 10/11 PLN mln	I - IV kw. 09/10 PLN mln	I - IV kw. 10/11 Struktura %	I - IV kw. 09/10 Struktura %	zmiana %
Aktywa trwałe	45,5	45,2	42,2	47,6	0,6
Aktywa obrotowe	62,3	49,7	57,8	52,4	25,4
Aktywa razem	107,8	94,9	100,0	100,0	13,6

W okresie czterech kwartałów roku 2010/2011 struktura aktywów uległa zmianie na korzyść aktywów obrotowych, których wzrost generowany jest głównie przez zapasy. Aktywa trwałe znajdują się na poziomie zbliżonym do poziomu z roku ubiegłego. Szczegółowy opis struktury aktywów zaprezentowany został w dalszej części niniejszego dokumentu.

Struktura pasywów

	I - IV kw. 10/11 PLN mln	I - IV kw. 09/10 PLN mln	I - IV kw. 10/11 Struktura %	I - IV kw. 09/10 Struktura %	zmiana %
Kapitał podstawowy	2,4	2,4	2,3	2,6	0,0
Kapitał zapasowy	44,1	52,5	40,9	55,3	(15,9)
Kapitał z aktualizacji wyceny	7,5	7,4	7,0	7,8	0,9
Wynik z lat ubiegłych	0,7	(6,2)	0,6	(6,6)	(110,4)
Zysk (strata) netto	3,7	(1,1)	3,4	(1,1)	(447,4)
Inne całkowite dochody	(0,2)	(0,6)	(0,2)	(0,6)	(71,2)
Kapitał własny	58,3	54,5	54,0	57,4	7,0
Zobowiązania	49,6	40,5	46,0	42,6	22,6
Pasywa razem	107,8	94,9	100,0	100,0	13,6

W okresie czterech kwartałów roku 2010/2011 w strukturze kapitału własnego nie zaszły istotne zmiany za wyjątkiem wpływu bieżącego i ubiegłorocznego wyniku finansowego. W trakcie okresu czterech kwartałów roku 2010/2011 całkowite zadłużenie Spółki wzrosło z uwagi na wzrost finansowania zewnętrznego wynikającego z podpisania nowych umów kredytowych z dotychczasowymi oraz nowym bankiem. W konsekwencji osiągnięty został wyższy poziom zewnętrznego finansowania w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego (szczegółowe informacje na temat finansowania bieżącej działalności znajdują się w punkcie *Kapitał obrotowy* poniżej).

Struktura Przepływów Pieniężnych

	I - IV kw. 10/11 PLN mln	I - IV kw. 10/09 PLN mln	zmiana %
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	(11,8)	12,1	(197,2)
Przepływy środków pieniężnych z dział. inwestycyjnej	(0,9)	(1,9)	(53,9)
Przepływy środków pieniężnych z dział. finansowej	7,4	(7,7)	(197,1)
Zwiększenie/(zmniejszenie) środków pieniężnych	(5,2)	2,6	(301,1)
Saldo otwarcia	6,6	4,0	65,9
Saldo zamknięcia środków pieniężnych	1,4	6,6	(78,7)

Przepływy netto z działalności operacyjnej

Satysfakcjonująca sprzedaż w okresie czterech kwartałów bieżącego roku obrotowego, została zrealizowana w znacznej mierze dzięki wykorzystaniu istniejących zapasów. Opisana powyżej sytuacja związana była przede wszystkim z ograniczonym dostępem do finansowania bieżącej działalności spowodowanym restrykcyjnym podejściem banków do udzielania kredytów. Jednakże, pod koniec IV kwartału Spółka Dominująca w wyniku podpisania nowych umów kredytowych oraz aneksowania już istniejących (raporty bieżące nr 5/2011 oraz 6/2011) zapewniła satysfakcjonujący poziom bieżącego finansowania. W związku z powyższym, w raporcie bieżącym nr 6/2011 Emitent wskazał, iż "po raz pierwszy od tzw. kryzysu bankowego odczuwalnego w Polsce od początku 2009 roku, Emitent zdołał zapewnić wystarczający kapitał obrotowy, który pozwoli na zaspokojenie wszystkich potrzeb związanych z prowadzoną działalnością handlową na przestrzeni kolejnych 12 miesięcy aż do lutego 2012 roku." Uzyskane w ten sposób finansowanie zostało przeznaczone w głównej mierze na zakupy produktów z kolekcji Wiosna/Lato 2011, co w konsekwencji wpłynęło na znacznie wyższy stan zapasów niż pod koniec IV kwartału ubiegłego roku.

Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej

W okresie czterech kwartałów 2010/2011 roku jak również w analogicznym okresie roku poprzedniego działalność inwestycyjna Grupy obejmowała przede wszystkim działalność Spółki Dominującej. W roku ubiegłym inwestycje obejmowały głównie nakłady poniesione na otwarcie 3 nowych sklepów Planet Outdoor. W bieżącym roku obrotowym nakłady inwestycyjne zostały poniesione głównie na renowację sklepu Planet Outdoor w Gdańsku, unowocześnienie infrastruktury IT oraz na sprzęt IT do nowych sklepów agencyjnych.

Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej

Jak wskazano powyżej, pod koniec IV kwartału roku obrotowego 2010/11, Spółka Dominująca podpisała umowy kredytowe, w konsekwencji czego uzyskała dostęp do istotnych w perspektywie bieżącej działalności środków finansowych. Powyższe przełożyło się na uzyskanie dodatniego przepływu pieniężnego z działalności finansowej w wysokości 7 mln PLN netto.

W konsekwencji działalności opisanych powyżej w perspektywie czterech kwartałów 2010/2011 roku nastąpiło zmniejszenie środków pieniężnych o kwotę 5,2 mln zł z kwoty 6,6 mln do kwoty 1,4 mln PLN.

1.2 Marże oraz wskaźniki finansowe

Wskaźniki rentowności		I - IV kw. 10/11	I - IV kw. 09/10
	<u><i>zysk (strata) brutto na sprzedaży</i></u>		
Marża brutto	<u><i>przychody ze sprzedaży</i></u>	51,2%	46,5%
	<u><i>zysk (strata) brutto na dział. operacyjne,</i></u>		
Rentowność operacyjna	<u><i>przychody ze sprzedaży</i></u>	6,6%	4,5%
	<u><i>zysk (strata) brutto</i></u>		
Rentowność brutto	<u><i>przychody ze sprzedaży</i></u>	4,3%	(0,2)%
	<u><i>zysk (strata) netto</i></u>		
Rentowność netto	<u><i>przychody ze sprzedaży</i></u>	3,4%	(1,0)%

Jak wspomniano we wcześniejszych rozdziałach, w opinii Zarządu jedynym rzetelnym porównaniem wyników finansowych dla bieżącego oraz ubiegłego roku jest porównanie zawierające wyniki finansowe wyłącznie spółek kontynuujących działalność w Grupie Euromark, tj. z wyłączeniem danych finansowych spółki Eurotech. Przedmiotowe zestawienie wskaźników zostało zaprezentowano poniżej:

Wskaźniki rentowności		I - IV kw. 10/11	I - IV kw. 09/10
	<u><i>zysk (strata) brutto na sprzedaży</i></u>		
Marża brutto	<u><i>przychody ze sprzedaży</i></u>	51,2%	50,7%
	<u><i>zysk (strata) brutto na dział. operacyjne,</i></u>		
Rentowność operacyjna	<u><i>przychody ze sprzedaży</i></u>	6,6%	4,1%
	<u><i>zysk (strata) brutto</i></u>		
Rentowność brutto	<u><i>przychody ze sprzedaży</i></u>	4,3%	0,9%
	<u><i>zysk (strata) netto</i></u>		
Rentowność netto	<u><i>przychody ze sprzedaży</i></u>	3,4%	0,4%

Zrealizowana w czterech kwartałach roku finansowego 2010/2011 marża brutto była o prawie 0,5 punktu procentowego wyższa niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Wynikało to głównie ze zmniejszenia udziału starszych kolekcji w sprzedaży jak również z korzystnego dla Spółki kursu PLN/USD.

Kombinacja wzrostu sprzedaży o 15,3% wzmocnionego przez wzrost marży o 0,5 punktu procentowego oraz wzrost tylko kosztów zależnych od sprzedaży przełożył się na

wyższą o 2,5 punktu procentowego rentowność operacyjną roku bieżącego. Oszczędności na kosztach finansowych netto pozytywnie wpłynęły na uzyskane wskaźniki rentowności brutto oraz netto.

		I - IV kw. 10/11	I - IV kw. 09/10
<u>Wskaźniki długu</u>			
	<u><i>zobowiązania ogółem</i></u> <i>suma pasywów</i>		
Stopa zadłużenia		0,46	0,42
Stopa zadłużenia krótkoterminowego	<u><i>zobowiązania krótkoterminowe</i></u> <i>suma pasywów</i>	0,36	0,31
Stopa zadłużenia długoterminowego	<u><i>zobowiązania długoterminowe</i></u> <i>suma pasywów</i>	0,10	0,11

Stopa zadłużenia całkowitego wzrosła z 42% do 46%, co jest efektem wzrostu zadłużenia krótkoterminowego o 5 punktów procentowych oraz spadku zadłużenia długoterminowego z 11 na 10%. Wzrost zadłużenia krótkoterminowego wynika z wpływu środków pozyskanych z tytułu udzielonych pod koniec czwartego kwartału roku obrotowego 2010/2011 kredytów.

		I - IV kw. 10/11	I - IV kw. 09/10
<u>Wskaźniki płynności</u>			
	<u><i>aktywa obrotowe</i></u> <i>zobowiązanie krótkoterminowe</i>		
Podstawowy	<i>aktywa obrotowe - zapasy</i>	1,52	1,66
Bieżący	<u><i>zobowiązanie krótkoterminowe</i></u> <i>środki pieniężne</i>	0,28	0,44
Szybki	<i>zobowiązanie krótkoterminowe</i>	0,04	0,22

Pozyskane w lutym 2011 roku środki finansowe zostały przeznaczone w pełni na zakup towarów z kolekcji Wiosna/Lato 2011. Powyższe spowodowało, iż podstawowy wskaźnik płynności pozostał na poziomie stabilnym i zbliżonym do roku poprzedniego,

natomiast wskaźnik bieżący uległ znacznemu obniżeniu. Bardzo niski szybki wskaźnik płynności osiągnięty w bieżącym roku obrotowym jest efektem różnicy czasowej rozpoczęcia zakupów towarów z kolekcji Wiosna/Lato 2011. W ubiegłym roku, dopiero pod sam koniec lutego 2010 roku, Spółka Euromark wynegocjowała z bankiem BOŚ podniesienie kwoty kredytu w rachunku bieżącym z 5 do 8 mln PLN, stąd płatności za dostawy towarów z kolekcji wiosenno-letniej zaczęły się dopiero w marcu, podczas gdy w tym roku już w lutym, co wpłynęło na znacznie niższy poziom gotówki na koniec czwartego kwartału 2010/11.

1.3 Historyczne dane finansowe

	I - IV kw. 10/11 PLN mln	I - IV kw. 09/10 PLN mln	I - IV kw. 08/09 PLN mln	zmiana % 10/11 vs 09/10	zmiana % 10/11 vs 08/09
Przychody ze sprzedaży	108,8	111,7	109,0	(2,6)	(0,2)
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	55,7	51,9	48,4	7,4	15,1
Zysk (strata) brutto na sprzedaży %	51,2	46,5	44,4		
Koszty sprzedaży	39,3	35,3	31,7	11,4	23,9
Koszty zarządu oraz pozostałe	9,3	11,6	18,8	(19,8)	(50,7)
Koszty finansowe netto	2,6	3,0	0,4	(16,2)	539,0
Strata na sprzedaży Spółki Eurotech	-	2,2	-		
EBITDA	8,2	3,2	3,3	154,9	147,7
EBIT	6,2	1,1	1,1	484,8	484,8
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	4,6	(0,2)	(1,5)	(2 313,9)	(408,5)
Zysk netto	3,7	(1,1)	(2,1)	(447,5)	(275,9)

Jak wspomniano we wcześniejszych rozdziałach, w opinii Zarządu jedynym rzetelnym porównaniem wyników finansowych dla bieżącego oraz ubiegłych lat fiskalnych jest porównanie zawierające wyniki finansowe wyłącznie spółek kontynuujących działalność w Grupie Euromark, tj. z wyłączeniem danych finansowych spółki Eurotech. Przedmiotowe zestawienie historycznych wyników zostało zaprezentowano poniżej:

	I - IV kw. 10/11 PLN mln	I - IV kw. 09/10 PLN mln	I - IV kw. 08/09 PLN mln	zmiana % 10/11 vs 09/10	zmiana % 10/11 vs 08/09
Przychody ze sprzedaży	108,8	94,4	87,2	15,3	24,8
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	55,7	47,8	42,7	16,6	30,7
Zysk (strata) brutto na sprzedaży %	51,2	50,7	48,9		
Koszty sprzedaży	39,3	34,8	30,9	12,9	27,1
Koszty zarządu oraz pozostałe	9,3	9,1	11,0	1,6	(15,6)
Koszty finansowe netto	2,6	3,0	(0,9)	(15,7)	(370,5)
Strata na sprzedaży Spółki Eurotech	- -		-		
EBITDA	8,2	4,2	5,2	96,0	59,3
EBIT	6,2	2,3	3,4	175,3	81,5
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	4,6	0,9	1,7	439,9	169,3
Zysk netto	3,7	0,4	1,1	783,7	224,0

1.4 Ocena przyszłej sytuacji finansowej

O ile skutki spowolnienia gospodarczego nie okażą się być silniejsze w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej, Zarząd Spółki jest pewien osiągnięcia dobrych wyników w bieżącym 2010/2011 roku obrotowym jak również tego, że rynek w Polsce posiada stabilne fundamenty przy czym jest relatywnie niedojrzały, co stwarza obiecujące perspektywy rozwoju. Jednocześnie Zarząd jest zdania, że inwestycje poczynione w budowę własnej sieci sprzedaży w Polsce na przestrzeni ostatnich trzech lat, które osłabiły rentowność firmy w tych latach, przyniosą w przyszłości korzyści zgodne z planowanymi wcześniej założeniami.

Finally the Euromark Management Board believes it is better placed from its Polish business' perspective than other non-food retailers to deliver reasonable sales growth in the current period based primarily on new retail outlets which are already opened and that after a better winter for the sector the market should begin to grow again.

Zarząd Euromark jest przekonany, iż biznesowa pozycja Spółki jest na tyle lepsza od innych spółek detalicznych oferujących produkty żywnościowe, że rokuje umiarkowany wzrost sprzedaży w bieżącym okresie głównie dzięki nowo otwieranym sklepom detalicznym. Ponadto, po dobrej i pomyślnej dla sektora zimie przewiduje się, iż rynek znów zacznie się rozrastać.

Jednocześnie w opinii Zarządu rynek na którym działa Emitent powinien kontynuować trend wzrostowy, co pozwoli na uzyskanie w przyszłości lepszy wyników finansowych.

1.5 Charakterystyka struktury aktywów i pasywów skonsolidowanego bilansu

Struktura aktywów i pasywów

	I - IV kw. 10/11 PLN mln	I - IV kw. 09/10 PLN mln	I - IV kw. 10/11 struktura %	I - IV kw. 09/10 struktura %	zmiana %
Wartości niematerialne i prawne	25,7	25,9	23,9	27,3	(0,7)
Rzeczowe aktywa trwałe	18,1	18,5	16,8	19,5	(2,1)
Pozostałe środki trwałe	1,7	0,8	1,5	0,9	102,3
Zapasy	50,7	36,5	47,0	38,5	38,8
Należności krótkoterminowe	8,6	5,6	8,0	5,9	54,7
Środki pieniężne	1,5	6,6	1,4	7,0	(78,0)
Pozostałe aktywa obrotowe	1,6	1,0	1,5	1,0	60,9
Razem aktywa	107,8	94,9	100,0	100,0	13,6
Kapitał własny	58,3	54,5	54,0	57,4	7,0
Zobowiązania długoterminowe	10,3	10,6	9,5	11,1	(2,7)
Zobowiązania krótkoterminowe	39,3	29,9	36,4	31,5	31,5
Razem pasywa	107,8	94,9	100,0	100,0	13,6

Aktywa i pasywa ogółem wykazały 14% wzrost, głównie ze względu na zwiększony poziom zapasów finansowanych z uzyskanych od banków kredytów krótkoterminowych.

W związku z powyższym, udział zapasów w aktywach ogółem wzrósł z 39 do 47% co w opinii Zarządu jest charakterystyczne dla spółek handlowych.

Ponadto, wzrósł udział zadłużenia krótkoterminowego w pasywach ogółem o prawie 5 punktów procentowych do 36,4%.

Zadłużenie długoterminowe uległo nieznacznej redukcji.

Główną pozycją wartości niematerialnych i prawnych jest wartość znaku towarowego Alpinus w wysokości 18 mln zł oraz wartość firmy Espina w wysokości 5,4 mln zł.

W skład rzeczowych aktywów trwałych wchodzi głównie nakłady w obcych obiektach oraz meble i wyposażenie sklepów detalicznych Planet Outdoor oraz sklepów Espina, a ponadto nakłady i wyposażenie magazynu centralnego Spółki Dominującej znajdującego się w Błoniu.

Z zapasów Grupy o wartości 50,7 mln zł, 48,6 mln zł to zapasy towarów handlowych należące do Spółki Dominującej. W ich skład wchodzi głównie odzież, obuwie oraz sprzęt outdoorowy marek Campus, Alpinus, Stir Crazy oraz marek obcych.

Na wartość 10,3 mln zł zobowiązań długoterminowych składa się przede wszystkim rezerwa długoterminowa na zobowiązanie w wysokości 8,1 mln zł związane z zakupem marki Alpinus od Banku Meritum (ówcześnie BWE). Więcej informacji na ten temat znajduje się w punkcie 10 Informacji Dodatkowej do sprawozdania za IV kwartał roku obrotowego 2010/11.

Krótkoterminowe zobowiązania składają się głównie z kredytów bankowych w wysokości 23,1 mln zł, zobowiązań z tytułu faktoringu w wysokości 1,6 mln zł, 7,7 mln zł zobowiązań handlowych i oraz 4,4 mln zł pozostałych zobowiązań.

1.6 Opis istotnych pozycji pozabilansowych

Istotne zobowiązania pozabilansowe występują głównie w Spółce Dominującej i dotyczą gwarancji bankowych wystawionych jako zabezpieczenie podpisanych i przyszłych umów najmu lokali sklepowych Planet Outdoor oraz magazynu centralnego zlokalizowanego w Błoniu. Gwarancje zostały wystawione przez bank Millenium i ich wartość wynosi łącznie 75 tys. zł oraz 181 tys. EUR.

1.7 Zarządzanie zasobami finansowymi

Kierownictwo Spółki Dominującej monitoruje przepływy pieniężne na bazie dziennej, tygodniowej i miesięcznej. Gdy zidentyfikowane zostaje z dużym prawdopodobieństwem przyszłe wystąpienie znacznego deficytu gotówki, kierownictwo Spółki Dominującej podejmuje kroki zmierzające do wydłużenia terminów dostaw bądź ustalenia odroczonej terminowości płatności dla dostawców. W trakcie trzech kwartałów roku obrotowego 2010/2011 negatywny wpływ na działalność Grupy miało ograniczenie finansowania bieżącej działalności ze strony współpracujących z Emitentem banków. W związku z powyższym, Zarząd zdecydował o efektywniejszym oraz szerszym zastosowaniu factoringu, czego efektem było poprawienie wolnych przepływów pieniężnych. Równolegle, Zarząd prowadził działania mające na celu zapewnienie ze strony banków satysfakcjonującego poziomu finansowania bieżącej działalności Spółki Euromark. W konsekwencji w czwartym kwartale roku 2010/2011 zawarł z bankami umowy kredytowe, które pozwoliły na osiągnięcie optymalnego poziomu finansowania bieżącej działalności.

Źródła finansowania to przychody ze sprzedaży, oparte w 70% na sprzedaży detalicznej (natychmiastowy wpływ gotówki) oraz w 30% na sprzedaży z odroczonym terminem płatności w kanale hurtowym, którego należności są przedmiotem factoringu. Ponadto, istotnym źródłem finansowania są kredyty bankowe, których udział, zdaniem Zarządu, powinien pozostać na optymalnym poziomie na przestrzeni kolejnych 12 miesięcy.

Na przestrzeni czterech kwartałów roku 2010/2011 prawie całe finansowanie działalności w kwocie z przedziału 18-25 mln zł było ukierunkowane na kapitał obrotowy (głównie zakup towarów handlowych) a 0,9 mln zł wydatkowano na finansowanie inwestycji.

1.8 Informacja o instrumentach finansowych

Wynik finansowy Grupy, a przede wszystkim Spółki Dominującej, jest zależny od kursów 2 walut w stosunku do złotego, tj. USD i EUR.

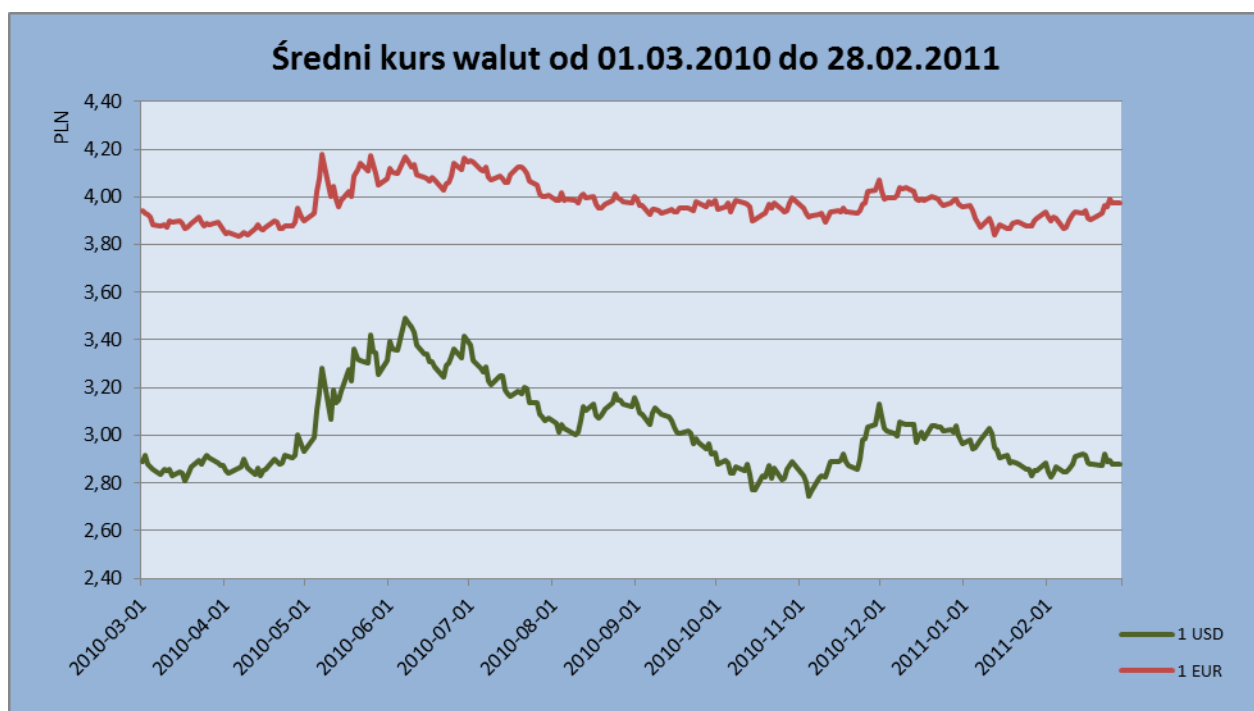
Większość zakupów towarów handlowych jest fakturowana w USD przez producentów na Dalekim Wschodzie.

Umowy najmu sklepów detalicznych denominowane są głównie w EUR oraz USD.

Większa część sprzedaży kanału eksportowego jest fakturowana również w USD.

Wyżej wymienione kursy są monitorowane i w sytuacjach tego wymagających w latach ubiegłych zawierane były kontrakty forward. Celem zabezpieczenia 50% zakupów towarów z kolekcji Jesień/Zima 2011, Zarząd Euromark zdecydował się zawrzeć transakcję forward na kwotę 5 mln USD po cenie wykupu PLN/USD 2,9080 na okres kończący się 31 października 2011 roku. Kolejne 20% zakupów do ww. kolekcji zabezpieczane jest obecnie przez płatności depozytów pod produkcję.

Na przestrzeni czterech kwartałów roku obrotowego 2010/11, pod koniec tego okresu kurs złotego umocnił się w stosunku do USD i EUR, pomimo okresowej deprecjacji pomiędzy majem a sierpniem 2010 roku. Patrz wykres poniżej:



2 INFORMACJA DODATKOWA DO SKRÓCONEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Informacja dodatkowa do skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A. za IV kwartał roku obrotowego 2010/2011 (roku obrotowego obejmującego okres od 1 marca 2010 r. do 31 sierpnia 2011 r. w związku ze zmianą Statutu i przesunięciem roku obrotowego, na co Emitent wskazywał m.in. w raporcie bieżącym nr 14/2010).

2.1 Podstawa sporządzenia skróconego skonsolidowanego i jednostkowego sprawozdania finansowego oraz informacja o zmianach stosowanych zasad rachunkowości.

Rozszerzony skonsolidowany raport kwartalny Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A. za IV kwartał roku obrotowego 2010/2011 został sporządzony zgodnie z zasadami określonymi w rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. Nr 33, poz. 259 z późn. zm.) [dalej: Rozporządzenie]. Raport zawiera skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe wybrane dane objaśniające oraz informacje określone w § 87 Rozporządzenia oraz skrócone sprawozdanie finansowe jednostki dominującej.

W jednostkowym oraz skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za IV kwartał roku obrotowego 2010/11 przestrzegano tych samych zasad (polityki) rachunkowości i metod obliczeniowych, co w ostatnim rocznym sprawozdaniu finansowym. Szczegółowe informacje dotyczące zasad i metod wyceny aktywów i pasywów oraz pomiaru wyniku finansowego i sposobu sporządzania sprawozdania finansowego zostały zawarte w sprawozdaniu finansowym Spółki za rok 2005/06 zamieszczonym w Prospekcie emisyjnym Spółki opublikowanym w dniu 4 września 2006 r.

Polityka księgowa zastosowana do sporządzenia niniejszego sprawozdania, jest we wszystkich istotnych aspektach zgodna z polityką przyjętą do sporządzenia skonsolidowanego rocznego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A. za rok obrotowy 2009/10, zgodnego z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF).

Zgodnie z uchwałą nr 2 Walnego Zgromadzenia Euromark Polska SA z dnia 11 maja 2006 r. dane finansowe do skróconego sprawozdania finansowego jednostki dominującej zostały sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości (MSR).

Prezentowane dane, o ile nie wskazano inaczej, przedstawiono w złotych polskich.

Wybrane dane finansowe, zawierające podstawowe pozycje skróconego sprawozdania finansowego przeliczono na euro w następujący sposób:

- poszczególne pozycje aktywów i pasywów bilansu przeliczono według kursu obowiązującego na ostatni dzień okresu
 - na 28 lutego 2011 r.: 1 euro = 3,9763 zł,
 - na 28 lutego 2010 r.: 1 euro = 3,9768 zł,
- poszczególne pozycje rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych przeliczono według kursów stanowiących średnią arytmetyczną średnich kursów ogłoszonych przez Narodowy Bank Polski dla euro, obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca w danym okresie sprawozdawczym:
 - kurs średni w okresie marzec 2010 – luty 2011: 1 euro = 3,9937 zł,
 - kurs średni w okresie marzec 2009 – luty 2010: 1 euro = 4,2524 zł.

2.2 *Objaśnienia dotyczące sezonowości lub cykliczności działalności Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A. w okresie objętym raportem.*

Sprzedaż Grupy Kapitałowej Emitenta podlega wahaniom sezonowym. Wyróżnia się dwa sezony działalności: wiosna/lato, który trwa od marca do sierpnia i jesień/zima, który trwa od września do lutego.

Większa sprzedaż, generalnie w stosunku 60% do 40%, realizowana jest przez Euromark Polska S.A. w sezonie jesienno/zimowym, co wiąże się ze zwiększonym popytem na odzież i obuwie w porównaniu do sezonu wiosna/lato. Deszczowy sezon wiosna/lato wpływa pozytywnie na wielkość sprzedaży, podczas gdy łagodny sezon jesień/zima, z wyższymi temperaturami oraz z małą ilością lub brakiem opadów, oddziałuje na wielkość sprzedaży negatywnie.

Poziom zapasów podlega również zmianom sezonowym. Euromark Polska S.A. dąży do posiadania jak najwyższego poziomu zapasów do dyspozycji na początku sezonu, w którym osiąga najwyższe przychody ze sprzedaży oraz w którym poziom zapasów sam ulega redukcji.

2.3 *Czynniki i zdarzenia, w szczególności o nietypowym charakterze, mające znaczący wpływ na osiągnięte skonsolidowane, kwartalne wyniki finansowe.*

Grupa Kapitałowa osiągnęła łącznie zysk netto w wysokości 3.4 mln zł w czwartym kwartale roku obrotowego 2010/11 w porównaniu do zysku w analogicznym okresie roku poprzedniego w wysokości 3.7 mln zł.

Spółka dominująca Grupy Euromark Polska oraz wszystkie spółki zależne wykazały zysk za czwarty kwartał 2010/11.

Jednostkowe wyniki sprzedaży spółki Euromark dominują na tle wyników finansowych Grupy, a zysk za IV kwartał wynosi 2.8 mln zł.

Na jednostkowy wynik Spółki wpływ miały następujące czynniki:

- Sprzedaż w IV kwartale wyniosła 33.4 mln zł, utrzymując się na tym samym poziomie co w analogicznym okresie roku ubiegłego.
- Uzyskana procentowa marża brutto jest o 1,0 punktu procentowego niższa niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Przełożyło się to na osiągnięcie marży brutto wartościowo w wysokości 17.6 mln zł, która jest wynikiem o 0,3 mln zł niższym w porównaniu do marży brutto osiągniętej w analogicznym okresie roku obrotowego 2009/10.
- Jednostkowy wynik kwartalny w połączeniu z wynikami osiągniętymi w okresie pierwszych dziewięciu miesięcy daje łączny zysk przed podatkiem za cztery kwartały roku obrotowego 2010/11 w wysokości 3.7 mln zł, co stanowi o 1,9 mln zł więcej niż w analogicznym okresie poprzedniego roku obrotowego, kiedy Spółka wykazała zysk brutto w wysokości 1.8 mln zł.

2.4 Informacje na temat rodzaju oraz kwoty zmian wartości szacunkowych kwot, które były podawane w poprzednich okresach kwartalnych bieżącego roku obrotowego lub zmiany wartości szacunkowych podawanych w poprzednich latach obrotowych, wywierających istotny wpływ na bieżący okres.

Informacje dotyczące zmian kwot utworzonych rezerw na wątpliwe należności, na zapasy trudno zbywalne oraz informacje dotyczące pozostałych rezerw zostały przedstawione w punkcie 2.13.4 niniejszej Informacji dodatkowej.

2.5 Informacje dotyczące emisji, wykupu i spłaty dłużnych i kapitałowych papierów wartościowych.

W okresie IV kwartału roku obrotowego 2010/11, jak również do dnia przekazania niniejszego raportu w Grupie Kapitałowej Euromark Polska S.A. nie wystąpiły operacje kapitałowe będące przedmiotem tego punktu.

2.6 Informacje dotyczące wypłaconej (lub zadeklarowanej) dywidendy, łącznie lub w przeliczeniu na jedną akcję, z podziałem na akcje zwykłe i pozostałe akcje.

W okresie IV kwartału roku obrotowego 2010/11, jak również do dnia przekazania niniejszego raportu, nie miały miejsca wypłata bądź deklaracja wypłaty dywidendy.

2.7 Przychody i wyniki przypadające na poszczególne segmenty działalności.

Segmenty Grupy Kapitałowej Euromark ewoluowały zgodnie z kierunkiem zarządzania

sprzedażą.

W początkowej fazie działalności Grupy spółki wchodzące w jej skład docierały do końcowych klientów poprzez sieć niezależnych właścicieli sklepów detalicznych, będących jednocześnie odbiorcami hurtowymi spółek z Grupy.

Obecnie spółki z Grupy znacznie zbliżyły się do konsumenta finalnego poprzez stworzenie własnej sieci sklepów detalicznych składających się ze sklepów własnych i quasi-franchisingowych sklepów agencyjnych. Jednocześnie Grupa ciągle utrzymuje i zarządza działalnością w segmencie sprzedaży hurtowej.

Wartość sprzedaży danego kanału sprzedażowego oraz koszty bezpośrednie są środkami jakimi mierzona jest ich efektywność. W opinii Zarządu alokacja kosztów pośrednich na te kanały nie wniosłaby żadnej dodatkowej wartości zarządczej.

W związku z powyższym segmenty Grupy objęte sprawozdawczością zgodnie z MSSF 8 są następujące:

- kanał sprzedaży hurtowej - Segment hurtowy
- kanał sprzedaży detalicznej - Segment detaliczny

Poniżej przedstawiono informacje o segmentach sprawozdawczych Grupy. Kwoty wykazane za lata ubiegłe zostały przedstawione zgodnie z wymogami MSSF 8.

Przychody i wyniki segmentów

Poniżej przedstawiono analizę przychodów i wyników Grupy w poszczególnych segmentach objętych sprawozdawczością.

	Przychody		Zysk w segmencie	
	okres do 28.02.2011 000'PLN	okres do 28.02.2010 000'PLN	okres do 28.02.2011 000'PLN	okres do 28.02.2010 000'PLN
Działalność kontynuowana				
- Segment hurtowy	29 320	37 621	10 872	7 218
- Segment detaliczny	79 489	74 067	13 914	12 806
Razem z działalności kontynuowanej	108 809	111 688	24 786	20 024
Koszty administracji centralnej i wynagrodzenie zarządu			(20 159)	(17 995)
Strata ze zbycia jednostki zależnej			-	(2 238)
Zysk/Strata brutto (działalność kontynuowana)			4 627	(209)
Podatek dochodowy (działalność kontynuowana i zaniechana)			934	(854)
Przychody skonsolidowane oraz zysk netto	108 809	75 762	3 693	(1 063)

Aktywa segmentów

Żadna ze spółek z Grupy nie dokonuje alokacji aktywów do wyżej przedstawionych segmentów na potrzeby wewnętrznej rachunkowości zarządczej. Z tego też powodu podział ten nie jest możliwy do zaprezentowania.

2.8 Istotne zdarzenia następujące po zakończeniu okresu śródrocznego, które nie zostały odzwierciedlone w sprawozdaniu finansowym.

Po zakończeniu IV kwartału roku obrotowego 2010/11 zdarzenia takie nie wystąpiły.

2.9 Skutki zmian w strukturze Grupy Kapitałowej, w tym w wyniku połączenia jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek grupy kapitałowej, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności.

W IV kwartale roku obrotowego 2010/11 nie wystąpiły zmiany w strukturze Grupy Kapitałowej Emitenta.

2.10 Zmiany zobowiązań warunkowych lub aktywów warunkowych, które nastąpiły od czasu zakończenia ostatniego roku obrotowego.

W Grupie Kapitałowej Euromark Polska S.A. w IV kwartale roku obrotowego 2010/2011 taka sytuacja nie wystąpiła.

Wycena marki Alpinus nie zmieniła się od opublikowania poprzedniego raportu okresowego.

W październiku 2004 roku Euromark Polska S.A. zawarł umowę kupna praw do znaków handlowych pod marką „Alpinus” od Meritum Bank ICB S.A. (dawniej Bank Współpracy Europejskiej S.A.) za kwotę nie większą niż 18 mln zł. Umowa przewidywała zapłatę kwoty 8,7 mln zł na rzecz Meritum Bank ICB S.A. do dnia 31.08.2010. Spółka Euromark Polska wywiązała się z tej płatności w przewidzianym terminie.

Pozostała kwota do zapłaty na dzień 31.03.2011 r. (tj. ostatni dzień miesiąca przed publikacją niniejszego raportu) wyniosła 8.795,4 tys. zł. Spółka nadal spłaca miesięczne raty stanowiące równowartość 7,5% sprzedaży produktów marki Alpinus wyrażonej w cenach hurtowych. Mając powyższe na uwadze, na dzień 28.02.2011 Spółka prezentuje zobowiązanie krótkoterminowe w kwocie 800 tys. zł, które według szacunków stanie się wymagalne w okresie grudzień 2010 – listopad 2011. Pozostała kwota 8.056,8 tys. zł ujęta jest w księgach rachunkowych jako zobowiązanie długoterminowe. Pod koniec przyszłych okresów finansowych wartości te mogą ulec zmianie w zależności od rezultatu prowadzonego postępowania omawianego w punkcie 4.8 poniżej.

Informacje nt. postępowania sądowego dotyczącego wskazanej umowy zostały przedstawione w punkcie 4.8 niniejszego dokumentu.

2.11 Szacunki dotyczące przyszłych zobowiązań wynikających z zawartych umów najmu.

Spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej są stronami umów najmu.

Łączne przyszłe opłaty z tytułu umów najmu, oszacowane wg stanu na dzień 28/02/2011r. przedstawiają się następująco:

- kwoty wymagalne w okresie 12 miesięcy od dnia bilansowego	10,6 mln zł
- kwoty wymagalne w okresie od 12 miesięcy do 5 lat od dnia bilansowego	23,3 mln zł
- kwoty wymagalne w okresie powyżej 5 lat od dnia bilansowego	6,7 mln zł
Razem	40,6 mln zł

2.12 Istotne dokonania Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A. w okresie czterech kwartałów roku obrotowego 2010/2011

2.12.1 Wzrost wyników prowadzonej działalności

W sierpniu 2009 roku, po zakończeniu działalności brytyjskiej spółki zależnej Eurotech Leisure Ltd., Spółka zaraportowała, iż “Zarząd (...) doszedł ostatecznie do wniosku, że powinien sprzedać tę spółkę zależną i skoncentrował swoją działalność na rynku polskim oraz Centralnej i Wschodniej Europy”. Spółka może obecnie z przyjemnością zakomunikować, iż decyzja o zbyciu spółki zależnej wpłynęła znacznie na wzrost sprzedaży oraz marży. Wyłączając zbycie spółki zależnej Eurotech z ubiegłorocznych wyników celem uzyskania odpowiedniej płaszczyzny porównawczej dla wyników bieżących, co w opinii Zarządu jest jedynym rzetelnym porównaniem z rokiem ubiegłym ponieważ ilustruje działalność kontynuowaną, Sprzedaż na poziomie 108.8 mln zł była większa o 14.4 mln zł w porównaniu z rokiem ubiegłym (co stanowi przeszło 15% wzrostu), a wzrost na marży brutto wynosi 0,5%. Wyniki te osiągnięto pomimo utrzymujących się problemów (o czym Zarząd Spółki informował w sprawozdaniu za pierwsze półrocze roku obrotowego 2010/11 oraz sprawozdaniu za III kwartał tego samego roku obrotowego) z dostępem do źródeł finansowania kapitału obrotowego na przestrzeni trzech kwartałów tego roku obrotowego, co z kolei przełożyło się na opóźnienia i anulacje dostaw produktów. Jak wspomniano poniżej Spółka szacuje, iż te utrudnienia wpłynęły na brak możliwości zrealizowania sprzedaży o wartości 7,5 mln zł, a marży o wartości 4,1 mln zł. Bezpośrednie porównanie wyników bieżącego roku z wynikami osiągniętymi w roku ubiegłym, włączając spółkę Eurotech, wykazuje Sprzedaż na poziomie 108,8 mln zł, czyli o 2,9 mln zł mniej, a dla marży brutto widoczny jest 5% wzrost.

2.12.2 Wyniki w podziale na sprzedaż i marki

W okresie czterech kwartałów roku obrotowego 2010/11 Spółka odnotowała wyraźny wzrost sprzedaży w porównaniu do roku ubiegłego w kanale hurtowym i agencyjnym, jak również w odniesieniu do marki Campus. W porównaniu z rokiem ubiegłym, wyniki te wynosiły odpowiednio 5,4 mln, 4,9 mln oraz 13,4 mln zł. Sprzedaż w kanale hurt była szczególnie zadowalająca, ponieważ osiągnięto ją drugi raz z rzędu pomimo względnej tendencji spadkowej w okresach poprzedzających. Udowodniła ona również niezaprzeczalną atrakcyjność naszych kolekcji, ponieważ klienci zdecydowanie chętniej decydowali się na produkty nasze niż konkurencji.

2.12.3 Kapitał obrotowy

W Sprawozdaniu Zarządu z działalności za pierwsze półrocze roku obrotowego 2010/11 opublikowanym dnia 30.10.2011 r., Zarząd Spółki zwrócił uwagę inwestorów na pewne wyzwania związane z finansowaniem kapitału obrotowego, które związane są z ograniczeniem akcji kredytowej ze strony polskich banków:

Sytuacja makroekonomiczna w Polsce to kluczowy element dla działalności Grupy Kapitałowej Euromark, zarówno jak i stabilne zachowania na krajowym rynku bankowym.

W I półroczu tego roku obrotowego, Spółkę Dominującą nie ominęły znaczące wyzwania w tym obszarze spowodowane utrzymującym się pogorszeniem nastrojów na polskim rynku instytucji bankowych, co w szczególności odnosi się do banku z którym współpracowała, jak również do innych instytucji finansowych. Spółka Dominująca kontynuowała opisywane w raporcie rocznym negocjacje finansowe i zdołała pozyskać fundusze z innych źródeł, jednakże uzyskany poziom finansowania nie był wystarczający. W rezultacie, nadal miało miejsce znaczne ograniczenie środków finansowych, a Spółka zmuszona była ograniczyć liczbę zamówień na produkcję oraz naruszyć zasady współpracy z wieloletnimi kontrahentami poprzez anulowanie zamówień dostaw produktów. Anulowane zamówienia i opóźnione dostawy towarów przyniosłyby na przestrzeni omawianego okresu kolejne 4 mln zł sprzedaży oraz 2,1 mln zł zysku przed opodatkowaniem. Pomimo znacznej poprawy w porównaniu z rokiem ubiegłym, wpływ, jaki niósł za sobą ograniczony dostęp do źródła finansowania nadal powoduje zmniejszenie zdolności zakupowych Spółki oraz negatywnie oddziałuje na działalność handlową.

Spółce udało się uniknąć potencjalnego wpływu opisanych powyżej trudności w czasie wielokrotnych rozmów z Bankiem dotyczących zaakceptowania wydłużonego harmonogramu spłaty kredytu oraz stopniowego zwalniania ustanowionych na jego rzecz zabezpieczeń. Poprzez powyższe działania, jak również przemyślane zarządzanie kapitałem obrotowym oraz stopniowo uzyskiwane finansowania w innych instytucjach bankowych, problem został częściowo rozwiązany. Aby całkowicie rozwiązać te problemy na przyszłość Spółka dokłada starań aby zapewnić dywersyfikację źródeł finansowania.

Następnie, w informacji dodatkowej do sprawozdania finansowego za III kwartał roku obrotowego 2010/11 opublikowanego 14 stycznia 2011 roku, Zarząd Spółki poinformował, iż:

Zarząd Spółki informuje, iż na dzień bilansowy ryzyko zostało zdywersyfikowane. Podjęta została współpraca z dwoma nowymi bankami, a ryzyko związane z finansowaniem rozkłada się obecnie na trzy różne instytucje finansowe. Zarząd w dalszym ciągu stara się utrzymać poziom dywersyfikacji ryzyka.

Obecnie Zarząd Euromark potwierdza, iż na koniec czwartego kwartału roku obrotowego 2010/11 oraz w marcu 2011 roku zdołał w pełni zdywersyfikować źródła finansowania podpisując 3 nowe umowy kredytowe z trzema różnymi bankami, zabezpieczając tym finansowanie działalności na kolejne 12 miesięcy (szczegółowe informacje podane zostały w raportach bieżących nr 5/2011 oraz 6/2011). Spłata łącznej wartości kredytów oraz limitów faktoringowych została zabezpieczona na wszystkich istniejących aktywach Spółki.

Jednakże, przed podpisaniem ww. umów kredytowych, negatywny wpływ ograniczeń w finansowaniu bieżącej działalności uniemożliwił osiągnięcie poziomu sprzedaży w takiej wysokości, jak byłoby to możliwe gdyby nie wskazane wcześniej trudności z dostępem do finansowania działalności. Emitent szacuje, iż w sytuacji braku wskazanych powyżej trudności związanych z wystarczającym poziomem finansowania z tytułu wartości anulowanych zamówień i opóźnionych dostaw towarów sprzedaż w okresie od września do listopada 2010 roku byłaby większa o 3,5 mln zł, a zysk przed opodatkowaniem o 2,1 mln zł. Oznacza to, iż narastająco za okres 12 miesięcy kończący się w lutym 2011 roku, ogólna wartość utraconej sprzedaży oraz marży wyniosła odpowiednio 7,5 mln PLN oraz 4,1 mln PLN.

2.12.4 Nowa kolekcja oraz rozpoznawalność marki

Są to dwa istotne czynniki, które miały znaczny wpływ na tegoroczny sukces oraz stanowią zapowiedź lepszej sprzedaży realizowanej przez Spółkę w najbliższej przyszłości. Szczegółowe informacje na ten temat znajdują się w punkcie 4.2.3 poniżej.

2.12.5 Nowe sklepy

Sklepy detaliczne. W okresie sprawozdawczym, Spółka nie otworzyła ani nie zamknęła żadnego sklepu, natomiast po dacie bilansowej Zarząd Spółki zdecydował o zamknięciu nierentownego sklepu Planet Outdoor w Białymstoku za porozumieniem stron. Obecnie sprzedaż detaliczna prowadzona jest na powierzchni wynoszącej 3826 m². Ogólna liczba sklepów w dniu publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 21 plus 4 sklepy w spółce zależnej Espina-Sport.

Otwarcia nowych sklepów agencyjnych. W okresie sprawozdawczym, Spółka otworzyła wspólnie z nowymi kontrahentami 4 quasi-franczyzowe sklepy agencyjne oraz zamknęła 1 taki sklep, w okresie pierwszych czterech kwartałów tego roku obrotowego Spółka otworzyła 17 quasi-franczyzowych sklepów agencyjnych oraz zamknęła 4, a ogólna

liczba quasi-franczyzowych sklepów agencyjnych wynosi obecnie 74. Kolejne otwarcia sklepów agencyjnych wpłyną na podniesienie rozpoznawalności marki na rynku lokalnym oraz w przyszłości wygenerują większe obroty.

2.12.6 Dane dotyczące sprzedaży

W pierwszych czterech kwartałach roku obrotowego 2010/11 GK Euromark wygenerowała 108,8 mln zł przychodów ze sprzedaży, o 2,9 mln zł mniej niż w porównywalnym okresie roku obrotowego 2009/10. W tabeli poniżej znajduje się sprzedaż Grupy w podziale na marki.

Tabela 1 Sprzedaż w podziale na marki

Marka	I - IV kw. 10/11 mln PLN	I - IV kw. 09/10 mln PLN
Alpinus	15,4	16,6
Campus	75,7	62,0
Khyam	0,0	15,6
Wynnster	0,0	1,7
Inne Marki	17,7	15,8
Razem	108,8	111,7

W marce Campus Spółka osiągnęła bardzo dobry wynik w porównaniu z rokiem obrotowym 2009/10 i 19% wzrost, głównie dzięki poszerzeniu oraz odświeżeniu wzorów w kolekcji Wiosna/Lato oraz Jesień/Zima. W marce Alpinus, GK Euromark osiągnęła wynik niższy niż w analogicznym okresie w roku ubiegłym o 7,3% z powodu opóźnień w dostawach spowodowanych ograniczonym dostępem do finansowania omawianym szerzej w punkcie 2.12.3 powyżej. Pod pojęciem Inne Marki należy rozumieć wszystkie inne marki sprzedawane w sklepach Planet Outdoor oraz Espina-Sport. Sprzedaż pozostałych marek wzrosła dzięki poszerzeniu kategorii produktów dostępnych w sklepach Planet Outdoor.

Tabela poniżej pokazuje wyniki sprzedaży w podziale na kategorie produktów.

Tabela 2 Sprzedaż w podziale na kategorie

Kategorie produktowe	I - IV kw. 10/11 mln PLN	I - IV kw. 09/10 mln PLN
Odzież	59,5	50,6
Obuwie	23,9	21,3
Sprzęt	19,9	33,7
Pozostałe	5,5	6,1
Razem	108,8	53,1

Obniżenie wyniku sprzedaży w kategorii sprzętu outdoorowego zostało spowodowane osłabieniem popytu na nasze produkty na rynku rosyjskim oraz zakończeniem działalności operacyjnej spółki zależnej Eurotech Leisure w sierpniu 2009 roku, której marka Khyam obejmowała wyłącznie sprzęt outdoorowy.

Osiągnięte wyniki sprzedaży w kategoriach odzież i obuwie były wyższe niż w roku obrotowym 2009/10 z racji poszerzenia i odświeżenia kategorii produktowych oraz rozbudowania sieci dystrybucyjnej na terenie Polski.

2.12.7 Rynki zbytu

Prowadzona polityka Spółki ma celu współpracę z wieloma dostawcami w celu uniknięcia uzależnienia od pojedynczego dostawcy produktów, towarów czy usług. Spółka stara zdywersyfikować dostawców nawet w ramach jednej grupy towarów, tak by ryzyko uzależnienia od jednego producenta było jak najniższe.

W pierwszych czterech kwartałach roku obrotowego 2010/11 najważniejszym rynkiem sprzedaży dla Grupy Kapitałowej Euromark była Polska, Rosja i Ukraina. Wyniki sprzedaży jednostkowej Euromark Polska wzrosły o 13 mln zł, przy sprzedaży krajowej wyższej o 11,5 mln zł w I-IV kw. roku obrotowego 2010/11 w porównaniu do analogicznego okresu w roku 2009/10. Jednostkowa sprzedaż eksportowa Euromark Polska S.A. wzrosła o 1,8 mln zł z powodu bardzo dobrej sprzedaży produktów Campus z kolekcji Jesień/Zima.

Z powodu zakończenia działalności operacyjnej spółki Eurotech Leisure w sierpniu 2009 roku, GK Euromark nie odnotowała sprzedaży na terenie Wielkiej Brytanii.

Tabela 3 Sprzedaż w podziale na terytoria

Terytoria	I - IV kw. 10/11	I - IV kw. 09/10
Eurotech Leisure (UK)	0	17,3
Euromark S.A. Export	7,2	5,4
Euromark S.A. Polska	96,1	84,6
Pozostałe	5,5	4,4
Razem	108,8	111,7

2.13 Noty objaśniające do skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego

2.13.1 Rzeczowe aktywa trwałe

Zmiany w wielkościach dotyczących rzeczowych aktywów trwałych w okresie od 1 marca 2010 do 28 lutego 2011 r. przedstawiały się następująco (w tys. zł):

	Niematerialne aktywa trwałe	Rzeczowe aktywa trwałe
Wartość w dniu 01.03.2010 r.	25 901	18 491
Różnice kursowe	0	-1
Zwiększenia	56	1 727
Zmniejszenia	0	251
Amortyzacja	228	1 794
Zmiana wyceny rzeczowych aktywów trw.	0	-61
Wartość w dniu 30.11.2010 r.	25 729	18 111

2.13.2 Zapasy

Wartość zapasów zaprezentowana w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym sporządzonym na dzień 28 lutego 2011 r., uwzględnia dokonany odpis na zapasy niepełnowartościowe, który został dokonany zgodnie z polityką księgową Grupy.

2.13.3 Należności

Wartość należności zaprezentowana w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym sporządzonym na dzień 28 lutego 2011 r. zawiera korektę o odpis aktualizujący w wysokości 485,1 tys. zł.

2.13.4 Rezerwy

Kwota rezerw zaprezentowana w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym sporządzonym na dzień 28 lutego 2011 r. wynosi 10.498,1 tys. zł i obejmuje:

Rodzaj rezerwy	Kwota tys. zł
rezerwa na koszty działalności	469,6
rezerwa na niewykorzystany urlop	251,5
rezerwa na odprawy emerytalne	9,3
rezerwa na znak Alpinus	8 056,8
Razem	8 787,2

Ponadto, kwota rezerw obejmuje również rezerwę na podatek dochodowy w wysokości 1.710,9 tys. zł.

2.13.5 Podatek dochodowy

Kwota podatku dochodowego, wykazana w skonsolidowanym rachunku zysków i strat za okres od 1 marca do 28 lutego 2011 r. wynosi 933,7 tys. zł i obejmuje:

- część bieżącą: 1.135,2 tys. zł
- część odroczoną: -201,8 tys. zł.

2.13.6 Różnice kursowe

W skonsolidowanym rachunku zysków i strat sporządzonym na dzień 28 lutego 2011 roku ujawniono przewagę różnic kursowych ujemnych nad różnicami kursowymi dodatnimi w wysokości 0,31 mln zł.

2.14 Data zatwierdzenia sprawozdania finansowego do publikacji

Sprawozdanie finansowe, którego elementem są powyższe informacje dodatkowe oraz noty zostało zatwierdzone do publikacji przez Zarząd Spółki dominującej w dniu 13 kwietnia 2011 roku.

3 INFORMACJA DODATKOWA DO KWARTALNEJ INFORMACJI FINANSOWEJ

Informacja dodatkowa do kwartalnej informacji finansowej Euromark Polska S.A., za IV kwartał roku obrotowego 2010/2011.

Opis ważniejszych stosowanych zasad rachunkowości

Poniżej zostały przedstawione zasady rachunkowości stosowane przy sporządzeniu niniejszego sprawozdania skonsolidowanego oraz sprawozdania jednostkowego. Zasady te były stosowane we wszystkich prezentowanych okresach w sposób ciągły, o ile nie podano poniżej.

Zasady rachunkowości

Sprawozdanie finansowe Spółki oraz Grupy Kapitałowej za okres od 01.03.2010 do 28.02.2011 jest sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości (MSR), Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF) oraz związanymi z nimi Interpretacjami ogłoszonymi w formie rozporządzeń Komisji Europejskiej (zwanymi dalej MSR oraz łącznie zasadami rachunkowości przyjętymi do stosowania w Unii Europejskiej).

Sprawozdanie finansowe jest sporządzone zgodnie z koncepcją kosztu historycznego, za wyjątkiem aktualizacji wyceny niektórych aktywów trwałych i instrumentów finansowych.

Przychody ze sprzedaży

Przychody ze sprzedaży ujmowane są w wartości godziwej zapłat otrzymanych lub należnych i reprezentują należności za produkty, towary i usługi dostarczone w ramach normalnej działalności gospodarczej, po pomniejszeniu o rabaty, VAT i inne podatki związane ze sprzedażą.

Przychód ze sprzedaży towarów ujmowany jest w momencie dostarczenia towarów i przekazania prawa własności.

Przychód ze sprzedaży usług ujemuje się w okresie, w którym świadczone usługi, w oparciu o stopień zaawansowania konkretnej transakcji, określony na podstawie stanu faktycznego wykonanych prac do całości usług do wykonania.

Przychody z tytułu odsetek ujmowane są narastająco, w odniesieniu do głównej kwoty należnej, zgodnie z metodą efektywnej stopy procentowej.

Przychody z tytułu dywidend są ujmowane w momencie, kiedy zostaje ustanowione prawo akcjonariuszy do otrzymania płatności.

Leasing

Leasing jest klasyfikowany jako leasing finansowy, gdy warunki umowy przenoszą zasadniczo całe potencjalne korzyści oraz ryzyko wynikające z bycia właścicielem na leasingobiorcę. Wszystkie pozostałe rodzaje leasingu są traktowane jako leasing

operacyjny.

Aktywa użytkowane na podstawie umowy leasingu finansowego są traktowane jak aktywa Jednostki i są wyceniane w ich wartości godziwej w momencie ich nabycia, nie wyższej jednak niż wartość bieżąca minimalnych opłat leasingowych. Powstające z tego tytułu zobowiązanie wobec leasingodawcy jest prezentowane w bilansie w pozycji zobowiązania z tytułu leasingu finansowego w rozbiu na zobowiązania krótko i długoterminowe. Płatności leasingowe zostały podzielone na część odsetkową oraz część kapitałową, tak, by stopa odsetek od pozostającego zobowiązania była wielkością zmienną. Koszty finansowe są odnoszone do rachunku zysków i strat.

Opłaty leasingowe uiszczane w ramach leasingu operacyjnego obciążają koszty metodą liniową przez okres leasingu.

Waluty obce

Transakcje przeprowadzane w walucie innej niż polski złoty są księgowane po kursie waluty obowiązującym na dzień transakcji. Na dzień bilansowy, aktywa i pasywa pieniężne denominowane w walutach obcych są przeliczane według kursu obowiązującego na ten dzień. Zyski i straty wynikłe z przeliczenia walut są odnoszone bezpośrednio w rachunek zysków i strat, za wyjątkiem przypadków, gdy powstały one wskutek wyceny aktywów i pasywów niepieniężnych, w przypadku których zmiany wartości godziwej odnosi się bezpośrednio na kapitał. Zmiany wartości godziwej powstałe w wyniku wyceny odnosi się bezpośrednio na kapitał. Różnice kursowe powstałe od przedpłat na zakup towarów odnoszone są w wartość towarów.

Świadczenia pracownicze

Kwoty krótkoterminowych świadczeń na rzecz pracowników innych niż z tytułu rozwiązania stosunku pracy i świadczeń kapitałowych ujmuje się jako zobowiązanie, po uwzględnieniu wszelkich kwot już wypłaconych i jednocześnie jako koszt okresu, chyba że świadczenie należy uwzględnić w koszcie wytworzenia składnika aktywów.

Zobowiązanie bilansowe z tytułu długoterminowych świadczeń na rzecz pracowników (nagrody jubileuszowe) równe jest wartości bieżącej zobowiązania z tytułu określonych świadczeń na dzień bilansowy.

Świadczenie z tytułu rozwiązania stosunku pracy ujmuje się jako zobowiązanie i koszt wówczas, gdy rozwiązany został stosunek pracy z pracownikiem (lub ich grupą) przed osiągnięciem przez niego wieku emerytalnego lub gdy nastąpiło zapewnienie świadczenia z tytułu rozwiązania stosunku pracy w następstwie złożonej przez jednostkę propozycji zachęcającej do dobrowolnego odejścia z pracy.

Spółka nie oferuje swoim pracownikom udziału w żadnych programach dotyczących świadczeń pracowniczych w trakcie okresu zatrudnienia oraz po upływie okresie zatrudnienia.

Podatki

Na obowiązkowe obciążenia wyniku składają się: podatek bieżący oraz podatek odroczony.

Bieżące obciążenie podatkowe jest obliczane na podstawie wyniku podatkowego (podstawy opodatkowania) danego roku obrotowego. Zysk (strata) podatkowa różni się

od księgowego zysku (straty) netto w związku z wyłączeniem przychodów podlegających opodatkowaniu i kosztów stanowiących koszty uzyskania przychodów w latach następnych oraz pozycji kosztów i przychodów, które nigdy nie będą podlegały opodatkowaniu. Obciążenia podatkowe są wyliczane w oparciu o stawki podatkowe obowiązujące w danym roku obrotowym.

Podatek odroczony jest wyliczany metodą bilansową jako podatek podlegający zapłaceniu lub zwrotowi w przyszłości na różnicach pomiędzy wartościami bilansowymi aktywów i pasywów a odpowiadającymi im wartościami podatkowymi wykorzystywanymi do wyliczenia podstawy opodatkowania.

Rezerwa na podatek odroczony jest tworzona od wszystkich dodatnich różnic przejściowych podlegających opodatkowaniu, natomiast składnik aktywów z tytułu podatku odroczonego jest rozpoznawany do wysokości w jakiej jest prawdopodobne, że będzie można pomniejszyć przyszłe zyski podatkowe o rozpoznane ujemne różnice przejściowe. Pozycja aktywów lub zobowiązanie podatkowe nie powstaje, jeśli różnica przejściowa powstaje z tytułu wartości firmy lub z tytułu pierwotnego ujęcia innego składnika aktywów lub zobowiązania w transakcji, która nie ma wpływu ani na wynik podatkowy ani na wynik księgowy.

Rezerwa z tytułu podatku odroczonego jest rozpoznawana od przejściowych różnic podatkowych powstałych w wyniku inwestycji w podmioty zależne i stowarzyszone oraz wspólne przedsięwzięcia, chyba, że Jednostka jest zdolna kontrolować moment odwrócenia różnicy przejściowej i jest prawdopodobne, iż w dającej się przewidzieć przyszłości różnica przejściowa się nie odwróci.

Wartość składnika aktywów z tytułu podatku odroczonego podlega analizie na każdy dzień bilansowy, a w przypadku gdy spodziewane przyszłe zyski podatkowe nie będą wystarczające dla realizacji składnika aktywów lub jego części następuje jego odpis.

Podatek odroczony jest wyliczany przy użyciu stawek podatkowych, które będą obowiązywać w momencie, gdy pozycja aktywów zostanie zrealizowana lub zobowiązanie stanie się wymagalne. Podatek odroczony jest ujmowany w rachunku zysków i strat, poza przypadkiem gdy dotyczy on pozycji ujętych bezpośrednio w kapitale własnym. W tym ostatnim wypadku podatek odroczony jest również rozliczany bezpośrednio w kapitały własne.

Rzeczowe aktywa trwałe

Rzeczowe aktywa trwałe początkowo ujmowane są według kosztu (ceny nabycia lub kosztu wytworzenia) pomniejszonego w kolejnych okresach o odpisy amortyzacyjne oraz utratę wartości.

Koszty finansowania zewnętrznego bezpośrednio związanego z nabyciem lub wytworzeniem składników majątku wymagających dłuższego okresu czasu, aby mogły być zdane do użytkowania lub odsprzedaży, są doliczane do kosztów wytworzenia takich środków trwałych, aż do momentu oddania tych środków trwałych do użytkowania. Przychody z inwestycji uzyskane w wyniku krótkoterminowego inwestowania pozyskanych środków a związane z powstawaniem środków trwałych pomniejszają wartość skapitalizowanych kosztów finansowania zewnętrznego.

Amortyzację wylicza się dla wszystkich środków trwałych, z pominięciem gruntów oraz

środków trwałych w budowie, przez oszacowany okres ekonomicznej przydatności tych środków, używając metody liniowej, przy zastosowaniu następujących rocznych stawek amortyzacji:

- Budynki i budowle 2,5%
- Maszyny i urządzenia, środki transportu oraz pozostałe 10% - 30%

Aktywa utrzymywane na podstawie umowy leasingu finansowego są amortyzowane przez okres ich ekonomicznej użyteczności, odpowiednio jak aktywa własne, nie dłużej jednak niż okres trwania leasingu.

Zyski lub straty wynikłe ze sprzedaży / likwidacji lub zaprzestania użytkowania środków trwałych są określane jako różnica pomiędzy przychodami ze sprzedaży a wartością netto tych środków trwałych i są ujmowane w rachunku zysków i strat.

Grupa Kapitałowa stosuje dla środków trwałych należących do grupy „budynki i budowle” oraz „grunty” i model oparty na przeszacowaniu wartości środków trwałych i gruntów do wartości godziwej. Wzrost wartości godziwej jest odnoszony na kapitał z aktualizacji wyceny po potrąceniu podatku odroczonego z tytułu przeszacowania do wartości godziwej. Grupa stosuje ten model dla wszystkich pozycji wchodzących do tych grup.

Wartości niematerialne

Koszty prac rozwojowych są kapitalizowane wyłącznie w sytuacji, gdy realizowany jest ściśle określony projekt, jest prawdopodobne że składnik aktywów przyniesie przyszłe korzyści ekonomiczne oraz koszty związane z projektem mogą być wiarygodnie oszacowane.

Koszty prac rozwojowych są amortyzowane metodą liniową przez przewidywany okres ich ekonomicznej przydatności.

W przypadku, gdy niemożliwe jest wyodrębnienie wytworzonego we własnym zakresie składnika aktywów, koszty prac rozwojowych są ujmowane w rachunku zysków i strat w okresie, w którym zostały poniesione.

Koszty prac badawczych nie podlegają aktywowaniu i są prezentowane w rachunku zysków i strat jako koszty w okresie, w którym zostały poniesione.

Zakupione licencje na oprogramowanie komputerowe aktywuje się w wysokości kosztów poniesionych na zakup i przygotowanie do używania danego programu komputerowego. Aktywowany koszt odpisuje się przez szacowany okres użytkowania oprogramowania nie dłuższy niż 3 lata.

Spółka dominująca zakupiła od Meritum Bank ICB S.A. znak towarowy „Alpinus” i posiada prawa do użytkowania tego znaku bez określenia ram czasowych jego użytkowania. W tym przypadku odpisy amortyzacyjne nie są dokonywane zgodnie z MSR 38, który nie pozwala dokonywać odpisów amortyzacyjnych od składników wartości niematerialnych i prawnych o nieokreślonym okresie użytkowania. Zgodnie z MSR 36 Spółka na bieżąco dokonuje analizy przesłanek co do utraty wartości tego znaku towarowego „Alpinus” oraz raz do roku przeprowadza test na utratę wartości znaku towarowego.

Utrata wartości

Na każdy dzień bilansowy jednostki z Grupy Kapitałowej dokonują przeglądu wartości netto składników majątku trwałego w celu stwierdzenia, czy nie występują przesłanki wskazujące na możliwość utraty ich wartości. W przypadku, gdy stwierdzono istnienie takich przesłanek, szacowana jest wartość odzyskiwalna danego składnika aktywów, w celu ustalenia potencjalnego odpisu z tego tytułu. W sytuacji, gdy składnik aktywów nie generuje przepływów pieniężnych, które są w znacznym stopniu niezależnymi od przepływów generowanych przez inne aktywa, analizę przeprowadza się dla grupy aktywów generujących przepływy pieniężne, do której należy dany składnik aktywów.

W przypadku wartości niematerialnych o nieokreślonym okresie użytkowania, test na utratę wartości przeprowadzany jest corocznie, oraz dodatkowo, gdy występują przesłanki wskazujące na możliwość wystąpienia utraty wartości.

Wartość odzyskiwalna ustalana jest jako kwota wyższa z dwóch wartości: wartość godziwa pomniejszona o koszty sprzedaży lub wartość użytkowa. Ta ostatnia wartość odpowiada wartości bieżącej szacunku przyszłych przepływów pieniężnych zdyskontowanych przy użyciu stopy dyskonta uwzględniającej aktualną rynkową wartość pieniądza w czasie oraz ryzyko specyficzne dla danego aktywa.

Jeżeli wartość odzyskiwalna jest niższa od wartości księgowej netto składnika aktywów (lub grupy aktywów), wartość księgowa jest pomniejszana do wartości odzyskiwalnej. Strata z tytułu utraty wartości jest ujmowana jako koszt w okresie, w którym wystąpiła, za wyjątkiem sytuacji gdy składnik aktywów ujmowany był w wartości przeszacowanej (wówczas utrata wartości traktowana jest jako obniżenie wcześniejszego przeszacowania).

W momencie gdy utrata wartości ulega następnie odwróceniu, wartość netto składnika aktywów (lub grupy aktywów) zwiększana jest do nowej wyszacowanej wartości odzyskiwalnej, nie wyższej jednak od wartości netto tego składnika aktywów jaka byłaby ustalona, gdyby utrata wartości nie została rozpoznana w poprzednich latach. Odwrócenie utraty wartości ujmowane jest przychodach, o ile składnik aktywów nie podlegał wcześniej przeszacowaniu – w takim przypadku, odwrócenie utraty wartości odnoszone jest na kapitał z aktualizacji wyceny.

Zapasy

Zapasy wyceniane są w cenie nabycia lub też według wartości netto możliwej do uzyskania, w zależności od tego, która z kwot jest niższa.

Na cenę nabycia zapasów składają się wszystkie koszty zakupu, koszty przetworzenia oraz inne koszty poniesione w trakcie doprowadzania zapasów do ich aktualnego miejsca i stanu.

Wartość początkowa zapasów (koszt zakupu) składa się z ceny zakupu, ceł importowych i pozostałych podatków (niemożliwych do późniejszego odzyskania od władz podatkowych) oraz kosztów transportu, załadunku i wyładunku oraz innych kosztów dających się bezpośrednio przyporządkować do pozyskania wyrobów gotowych. Wartość ta jest pomniejszana o opusty, rabaty handlowe i inne podobne pozycje.

W odniesieniu do zapasów, które nie są wzajemnie wymienialne oraz wyrobów i usług wytworzonych i przeznaczonych do realizacji konkretnych przedsięwzięć koszt zapasów ustala się metodą szczegółowej identyfikacji poszczególnych kosztów. Metoda ta polega na przyporządkowaniu konkretnego kosztu (wartości początkowej) do poszczególnych pozycji zapasów. W odniesieniu do pozostałych zapasów koszt ustala się stosując metodę „pierwsze weszło, pierwsze wyszło” (FIFO).

Z dniem 1 marca 2007, Zarząd Euromark Polska S.A., w celu usprawnienia procesów zarządzania i planowania marżą brutto, wprowadził system cen ewidencyjnych jako metodę wyceny zapasów. Większość zapasów jest kupowana za granicą Polski, a więc jest fakturowana w obcych walutach, w przeważającej części jest to dolar amerykański (USD). Wszystkie odchylenia do kursu i cen standardowych, są księgowane na koncie odchylenia i odnoszone w koszty proporcjonalnie do sprzedaży związanych z nimi towarów. Odchylenia związane niesprzedanymi towarami, pozostają w Bilansie i razem z wartością towarów po kursie/cenie ewidencyjnej tworzą wartość towarów w cenie nabycia. Wprowadzenie systemu cen ewidencyjnych nie stanowi zmiany zasad rachunkowości.

Jak wspomniano wyżej, większość zapasów jest kupowana za granicą Polski, a więc ich cena jest wyrażana na fakturze w walucie obcej. To zgodnie z MSR 21.20a definiuje transakcje w walucie obcej. Transakcje w walucie obcej w zakresie nabywania towarów handlowych Spółka ujmuje w księgach w walucie lokalnej (PLN), stosując do przeliczenia kwoty wyrażonej w walucie obcej zrealizowany kurs wymiany waluty lokalnej, obowiązujący na dzień zawarcia transakcji.

Na dzień bilansowy zapasy, jako pozycje niepieniężne wyceniane według historycznej ceny nabycia wyrażonej w walucie obcej przelicza się w pierwszej kolejności przy użyciu kursu ewidencyjnego. Następnie wartość odchylenia cen towarów ustalonych przy użyciu kursu z dnia transakcji do ceny ustalonej przy użyciu kursu ewidencyjnego, zmniejsza bądź zwiększa odpowiednio wartość zapasów.

Ustalenie daty transakcji:

Procedura zakupu towarów handlowych, których cena wyrażona jest w walucie obcej, charakteryzuje się następującymi przesłankami:

1. W przeważającej większości transakcji, zapłata za całość towaru poprzedza wysyłkę towarów przez producenta do magazynów Spółki Euromark.
2. Ryzyko i korzyści wynikające z posiadania towarów jest przenoszone na Spółkę w momencie wyjścia towarów z magazynu dostawcy.

Reasumując, wyżej wymienione przesłanki wyznaczają datę zawarcia transakcji na dzień dokonania płatności, a więc kurs użyty do jej wykonania jest właściwym do wyceny zapasów według ceny nabycia.

Instrumenty Finansowe

Aktywa i zobowiązania finansowe ujmowane są w bilansie Jednostki w momencie, gdy Jednostka staje się stroną wiążącej umowy.

Należności z tytułu dostaw i usług

Należności z tytułu dostaw i usług nie są instrumentem generującym odsetki i wyceniane

są w księgach w wartości nominalnej skorygowanej o odpowiednie odpisy aktualizujące wartość należności wątpliwych.

Inwestycje w papiery wartościowe

W przypadku gdy konwencja rynkowa przewiduje dostawę papieru wartościowego po upływie ściśle sprecyzowanego okresu czasu po dacie transakcji, inwestycje w papiery wartościowe są ujmowane w księgach i wyłączane z ksiąg w dniu zawarcia transakcji kupna lub sprzedaży. Inwestycje w papiery wartościowe wyceniane są początkowo według ceny zakupu skorygowanej o koszty transakcji.

Inwestycje w papiery wartościowe klasyfikowane są jako przeznaczone do obrotu lub dostępne do sprzedaży i wyceniane są na dzień bilansowy według wartości godziwej. W przypadku gdy papiery wartościowe zaklasyfikowane zostały jako przeznaczone do obrotu, zyski i straty wynikające ze zmiany wartości godziwej ujmowane są w rachunku zysków i strat za dany okres. W przypadku aktywów dostępnych do sprzedaży, zyski i straty wynikające ze zmiany ich wartości godziwej ujmowane są bezpośrednio w kapitałach aż do momentu sprzedaży składnika aktywów lub rozpoznania utraty wartości. Wówczas skumulowane zyski lub straty rozpoznane poprzednio w kapitałach przenoszone są do rachunku zysków i strat za dany okres.

Zobowiązania finansowe oraz instrumenty kapitałowe

Zobowiązania finansowe oraz instrumenty kapitałowe są klasyfikowane w zależności od ich treści ekonomicznej wynikającej z zawartych umów. Instrument kapitałowy to umowa dająca prawo do udziału w aktywach Jednostki pomniejszonych o wszystkie zobowiązania.

Kredyty bankowe

Oprocentowane kredyty bankowe (w tym również kredyty w rachunku bieżącym) księgowane są w wartości uzyskanych wpływów pomniejszonych o koszty bezpośrednie pozyskania środków. Koszty finansowe, łącznie z prowizjami płatnymi w momencie spłaty lub umorzenia oraz kosztami bezpośrednimi zaciągnięcia kredytów, ujmowane są w rachunku zysków i strat przy zastosowaniu metody memoriałowej i zwiększają wartość księgową instrumentu z uwzględnieniem spłat dokonanych w bieżącym okresie.

Zobowiązania z tytułu dostaw i usług

Zobowiązania z tytułu dostaw i usług nie są instrumentem odsetkowym i wykazywane są w bilansie w wartości nominalnej.

Instrumenty kapitałowe

Instrumenty kapitałowe wyemitowane przez Spółkę ujmowane są w wartości uzyskanych wpływów pomniejszonych o bezpośrednie koszty emisji.

Instrumenty pochodne i rachunkowość zabezpieczeń

W związku z prowadzoną działalnością Jednostka narażona jest na ryzyka finansowe związane ze zmianami kursów walutowych oraz stóp procentowych. W celu zabezpieczenia przed tymi ryzykami jednostka może korzystać z walutowych kontraktów terminowych.

Zmiany wartości godziwej finansowych instrumentów pochodnych wyznaczonych do

zabezpieczenia przepływów pieniężnych zalicza się do przychodów lub kosztów finansowych okresu sprawozdawczego.

Rezerwy na zobowiązania

Rezerwy na zobowiązania tworzy się w przypadku gdy na Grupie ciąży istniejący obowiązek (prawny lub zwyczajowy) wynikający z przeszłych zdarzeń, jest prawdopodobne, że wypełnienie obowiązku spowoduje zmniejszenie zasobów ucieleśniających korzyści ekonomiczne spółki oraz można dokonać wiarygodnego oszacowania kwoty zobowiązania. Nie tworzy się rezerw na przyszłe straty operacyjne.

Rezerwa na koszty restrukturyzacji ujmowana jest tylko wtedy, gdy Jednostka ogłosiła wszystkim zainteresowanym stronom szczegółowy i formalny plan restrukturyzacji.

Konsolidacja

Jednostki zależne to wszelkie jednostki, w odniesieniu, do których Grupa ma zdolność kierowania ich polityką finansową i operacyjną, co zwykle towarzyszy posiadaniu większości ogólnej liczby głosów w organach stanowiących. Przy ocenie czy Grupa kontroluje daną jednostkę, uwzględnia się istnienie i wpływ potencjalnych praw głosu, które w danej chwili można zrealizować. Jednostki zależne podlegają pełnej konsolidacji od dnia przejęcia nad nimi kontroli przez Grupę do dnia ustania kontroli.

Na dzień nabycia aktywa i pasywa nabywanej jednostki zależnej są wyceniane według ich wartości. Nadwyżka ceny nabycia powyżej wartości godziwej możliwych do zidentyfikowania przejętych aktywów netto jednostki jest ujmowana jako wartość firmy. Jeżeli różnica pomiędzy wartością godziwą a wartością księgową netto nie jest istotna, to za wartość godziwą aktywów netto jednostki zależnej przyjmuje się jej wartość księgową. W przypadku gdy cena nabycia jest niższa od wartości godziwej możliwych do zidentyfikowania przejętych aktywów netto jednostki, różnica ujmowana jest jako zysk w rachunku zysków i strat okresu, w którym nastąpiło nabycie. Udział właścicieli mniejszościowych jest wykazywany w odpowiedniej proporcji wartości godziwej aktywów i kapitałów.

Status zatwierdzenia Standardów w UE

Obecnie MSSF w kształcie zatwierdzonym przez UE nie różni w istotny sposób od regulacji przyjętych przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości (RMSR), z wyjątkiem poniższych interpretacji, które wg stanu na dzień 30.11.2010 nie zostały jeszcze przyjęte do stosowania:

Zmiany do MSR 32 „Klasyfikacja emisji uprawnień” (opublikowane 08.10.2009)

Zmiany obowiązują dla okresów rocznych rozpoczynających się 01.02.2010 lub po tej dacie.

Zmiany dotyczą rachunkowości emisji uprawnień (uprawnień, opcji, warrantów), denominowanych w walucie innej niż waluta funkcjonalna emitenta. Zmiany wymagają, aby, przy spełnieniu określonych warunków, emisja uprawnień była klasyfikowana jako kapitał własny niezależnie od tego, w jakiej walucie ustalona jest cena realizacji uprawnień.

Zmiany do MSR 24 „Transakcje z jednostkami powiązanymi” (opublikowane

04.11.2009)

Zmiany obowiązują dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2011 r. lub po tej dacie.

Zmiany wprowadzają uproszczenia w zakresie wymagań odnośnie ujawniania informacji przez jednostki powiązane z instytucjami państwowymi oraz doprecyzowują definicje jednostki powiązanej.

Zmiany do MSR 24 nie zostały jeszcze zatwierdzone przez Unię Europejską.

MSSF 9 „Instrumenty finansowe” (opublikowane 12.11.2009)

Standard obowiązuje dla okresów rocznych rozpoczynających się 01.01.2013 lub po tej dacie.

Standard wprowadza jeden model przewidujący tylko dwie kategorie klasyfikacji: zamortyzowany koszt i wartość godziwą. Podejście MSSF 9 jest oparte na modelu biznesowym stosowanym przez jednostkę do zarządzania aktywami oraz na cechach umownych aktywów finansowych. MSSF 9 wymaga także stosowania jednej metody szacowania utraty wartości aktywów.

Zarząd jednostki dominującej analizuje wpływ wprowadzenia MSSF 9.

Na dzień sporządzenia niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego, MSSF 9 nie został jeszcze zatwierdzony przez Unię Europejską.

Zmiany do MSSF 1 „Zastosowanie MSSF po raz pierwszy” (opublikowane 28.01.2010)

Zmiany do MSSF 1 „Ograniczone zwolnienie z prezentacji informacji porównawczych zgodnie z MSSF 7 dla jednostek stosujących MSSF po raz pierwszy” obowiązują dla okresów rocznych rozpoczynających się 01.07.2010 lub po tej dacie. Zmiany wprowadzają dodatkowe zwolnienia dla jednostek stosujących MSSF po raz pierwszy dotyczące ujawniania informacji wymaganych przez zmiany do MSSF 7 wydane w marcu 2009 w zakresie wyceny do wartości godziwej i ryzyka płynności.

Zmiana nie będzie miała wpływu na sprawozdanie finansowe.

Na dzień sporządzenia niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego, zmiany do MSSF 1 nie zostały jeszcze zatwierdzone przez Unię Europejską.

Poprawki do MSSF 2010

Rada ds. Międzynarodowych Standardów Rachunkowości opublikowała 06.05.2010 „Poprawki do MSSF 2010”, które zmieniają 7 standardów. Poprawki zawierają zmiany w prezentacji, ujmowaniu oraz wycenie oraz zawierają zmiany terminologiczne i edycyjne. Większość zmian będzie obowiązywać dla okresów rocznych rozpoczynających się z dniem 01.01.2011.

Zmiany do KIMSF 14 „Zaliczki na poczet minimalnych wymogów finansowania” (wydane 26.22.2009)

Zmiany do interpretacji obowiązują dla okresów rocznych rozpoczynających się z dniem 01.01.2011 lub po tej dacie. Interpretacja ta zawiera wytyczne w zakresie ujęcia wcześniejszej wpłaty składek na pokrycie minimalnych wymogów finansowania jako aktywa w jednostce wpłacającej.

Zmiana nie będzie miała wpływu na sprawozdanie finansowe Grupy.

Na dzień sporządzenia niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego zmiany do interpretacji KIMSF 14 nie zostały jeszcze zatwierdzone przez Unię Europejską.

KIMSF 19 „Regulowanie zobowiązań finansowych przy pomocy instrumentów kapitałowych” (wydane 26.11.2009)

Interpretacja obowiązuje dla okresów rocznych rozpoczynających się z dniem 01.07.2011 lub po tej dacie. Interpretacja ta objaśnia zasady rachunkowości stosowane w sytuacji, gdy w wyniku renegocjacji przez jednostkę warunków jej zadłużenia zobowiązanie zostaje uregulowane poprzez emisję instrumentów kapitałowych skierowaną na wierzyciela. Interpretacja wymaga wyceny instrumentów kapitałowych w wartości godziwej i rozpoznania zysku lub straty w wysokości różnicy pomiędzy wartością księgową zobowiązania a wartością godziwą instrumentu kapitałowego.

Sporządzając niniejsze sprawozdanie finansowe, Grupa nie podjęła decyzji o wcześniejszym zastosowaniu jakichkolwiek Standardów, zmian do Standardów i Interpretacji. Nowe regulacje zastosowane po raz pierwszy do niniejszego sprawozdania finansowego zostały przedstawione w kolejnej notce.

Standardy zastosowane po raz pierwszy

Sporządzając niniejsze skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupa zastosowała po raz pierwszy następujące regulacje:

MSSF 3 (zmiana) „Połączenia jednostek gospodarczych” (opublikowany 10.01.2008)

Standard ten obowiązuje w odniesieniu do okresów sprawozdawczych rozpoczynających się dnia 01.07.2009 lub po tej dacie. Wprowadzone zmiany zawierają możliwość wyboru ujęcia udziałów mniejszości albo według wartości godziwej albo ich udziału w wartości godziwej zidentyfikowanych aktywów netto, przeszacowanie dotychczas posiadanych w nabytej jednostce udziałów do wartości godziwej z odniesieniem różnicy do rachunku zysków i strat oraz dodatkowe wytyczne dla zastosowania metody nabycia, w tym traktowanie kosztów transakcji jako koszt okresu, w który został on poniesiony. Zmiany MSSF 3 będą miały wpływ na ustalenie wartości firmy, wyników wykazanych w okresie, w którym miało miejsce nabycie oraz przyszłych wyników.

MSR 27 (zmiana) „Skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe” (opublikowany dnia 10.01.2008)

Standard obowiązuje w odniesieniu do okresów sprawozdawczych rozpoczynających się 01.07.2009 lub po tej dacie. Standard wymaga, aby efekty transakcji z udziałowcami mniejszościowymi były ujmowane bezpośrednio w kapitale, o ile zachowana jest kontrola nad jednostką przez dotychczasową jednostkę dominującą. Standard również uszczegóławia sposób ujęcia w przypadku utraty kontroli nad jednostką zależną, tzn. wymaga przeszacowania pozostałych udziałów do wartości godziwej i ujęcie różnicy w rachunku zysków i strat. Zmiana standardu nie ma istotnego wpływu na sprawozdanie finansowe.

MSR 39 (zmiana) „Instrumenty finansowe: ujmowanie i wycena” – „Kryteria uznania za pozycję zabezpieczaną” (opublikowany 31.07.2008)

Zmiany obowiązują dla okresów rocznych rozpoczynających się z dniem 1 lipca 2009 r. lub po tej dacie. Zmiany zawierają wyjaśnienie jak należy w szczególnych okolicznościach stosować zasady określające, czy zabezpieczane ryzyko lub część przepływów pieniężnych spełniają kryteria uznania za pozycję zabezpieczaną. Wprowadzono zakaz wyznaczania inflacji jako możliwego do zabezpieczenia komponentu instrumentu dłużnego o stałej stopie procentowej. Zmiany zabraniają także włączania wartości czasowej do jednostronnie zabezpieczanego ryzyka, gdy opcje traktuje się jako instrument zabezpieczający. Zmiana standardu nie ma istotnego wpływu na sprawozdanie finansowe.

Poprawki do MSSF 2009 (opublikowany dnia 16.04.2009)

Poprawki do MSSF 2009 zmieniają 12 standardów. Poprawki zawierają zmiany w prezentacji, ujmowaniu oraz wycenie oraz zawierają zmiany terminologiczne i edycyjne. Większość zmian będzie obowiązywać dla okresów rocznych rozpoczynających się z dniem 01.01.2010.

Zmiany do MSSF 2 „Płatności w formie akcji” (opublikowany 18.06.2009)

Zmiany do MSSF 2 „Płatności w formie akcji” obowiązują dla okresów rocznych rozpoczynających się 01.01.2010 lub po tej dacie. Zmiany precyzują ujęcie płatności w formie akcji rozliczanych gotówkowo wewnątrz grupy kapitałowej. Zmiany uściślają zakres MSSF 2 oraz regulują łączne stosowanie MSSF 2 oraz innych standardów. Zmiany wprowadzają do standardu zagadnienia uregulowane wcześniej w interpretacjach KIMSF 8 oraz KIMSF 11. Zmiana standardu nie ma istotnego wpływu na sprawozdanie finansowe.

Zmiany do MSSF 1 „Zastosowanie MSSF po raz pierwszy” (opublikowany 23.01.2009)

Zmiany do MSSF 1 „Zastosowanie MSSF po raz pierwszy” obowiązują dla okresów rocznych rozpoczynających się 01.01.2010 lub po tej dacie. Zmiany wprowadzają dodatkowe wyłączenia od dokonywania wyceny aktywów na dzień przejścia na MSSF dla spółek działających w sektorze naftowym i gazowym. Zmiana standardu nie ma wpływu na sprawozdanie finansowe Grupy/Spółki.

KIMSF 12 „Porozumienia o świadczeniu usług publicznych”

Interpretacja KIMSF 12 została wydana przez Komitet ds. Interpretacji Międzynarodowej Sprawozdawczości Finansowej w dniu 30.11.2006 i obowiązuje dla okresów rocznych rozpoczynających się z dniem 29.03.2009 lub po tej dacie. Interpretacja ta zawiera wytyczne w zakresie zastosowania istniejących standardów przez podmioty uczestniczące w umowach koncesji na usługi między sektorem publicznym a prywatnym. KIMSF 12 dotyczy umów, w których zlecający kontroluje to, jakie usługi operator dostarczy przy pomocy infrastruktury, komu świadczy te usługi i za jaką cenę.

KIMSF 15 „Umowy w zakresie sektora nieruchomości”

Interpretacja KIMSF 15 została wydana przez Komitet ds. Interpretacji Międzynarodowej Sprawozdawczości Finansowej w dniu 01.11.2008 i obowiązuje dla okresów rocznych rozpoczynających się z dniem 01.01.2010 lub po tej dacie. Interpretacja ta zawiera ogólne wytyczne jak należy dokonać oceny umowy o usługi budowlane, aby określić, czy jej skutki powinny być prezentowane w sprawozdaniu finansowym zgodnie z MSR 11 Umowy o usługę budowlaną czy MSR 18 Przychody. Ponadto, KIMSF 15 wskazuje, w którym momencie należy rozpoznać przychód z tytułu wykonania usługi budowlanej.

KIMSF 16 „Rachunkowość zabezpieczeń inwestycji netto w jednostkę zagraniczną”

Interpretacja KIMSF 16 została wydana przez Komitet ds. Interpretacji Międzynarodowej Sprawozdawczości Finansowej w dniu 03.07.2008 i obowiązuje dla okresów rocznych rozpoczynających się z dniem 01.07.2009 lub po tej dacie. Interpretacja ta zawiera ogólne wytyczne dotyczące określenia, czy istnieje ryzyko zmian kursów walutowych w zakresie waluty funkcjonalnej jednostki zagranicznej i waluty prezentacji na potrzeby skonsolidowanego sprawozdania finansowego jednostki dominującej. Ponadto, KIMSF 16 objaśnia, która jednostka w grupie kapitałowej może wykazać instrument zabezpieczający w ramach zabezpieczenia inwestycji netto w jednostkę zagraniczną, a w szczególności czy jednostka dominująca utrzymująca inwestycję netto w jednostkę zagraniczną musi utrzymywać także instrument zabezpieczający. KIMSF 16 objaśnia także, jak jednostka powinna określać kwoty podlegające reklasyfikacji z kapitału własnego do sprawozdania z całkowitych dochodów dla zarówno instrumentu zabezpieczającego, jak i pozycji zabezpieczanej, gdy jednostka zbywa inwestycję.

KIMSF 17 „Dystrybucja do właścicieli aktywów nie będących środkami pieniężnymi”

Interpretacja KIMSF 17 została wydana przez Komitet ds. Interpretacji Międzynarodowej Sprawozdawczości Finansowej w dniu 27.11.2008 i obowiązuje dla okresów rocznych rozpoczynających się z dniem 01.11.2009 lub po tej dacie. Interpretacja ta zawiera wytyczne w zakresie momentu rozpoznania dywidendy, wyceny dywidendy oraz ujęcia różnicy pomiędzy wartością dywidendy a wartością bilansową dystrybuowanych aktywów.

KIMSF 18 „Przeniesienie aktywów od klientów”

Interpretacja KIMSF 18 została wydana przez Komitet ds. Interpretacji Międzynarodowej Sprawozdawczości Finansowej w dniu 29.01.2009 i obowiązuje dla okresów rocznych rozpoczynających się z dniem 01.11.2009 lub po tej dacie. Interpretacja ta zawiera wytyczne zakresie ujęcia przeniesienia aktywów od klientów, mianowicie, sytuacje, w których spełniona jest definicja aktywa, identyfikację oddzielnie identyfikowalnych usług (świadczonych usług w zamian za przeniesione aktywo), ujęcie przychodu i ujęcie środków pieniężnych uzyskanych od klientów.

3.1 Noty objaśniające do skróconego jednostkowego sprawozdania finansowego

3.1.1 Rzeczowe aktywa trwałe

Zmiany w wielkościach dotyczących rzeczowych aktywów trwałych w okresie od 1 marca 2010 do 28 lutego 2011 r. przedstawiały się następująco (w tys. zł):

	<i>Niematerialne aktywa trwałe</i>	<i>Rzeczowe aktywa trwałe</i>
Wartość w dniu 01.03.2010 r.	18 200	12 053
Różnice kursowe	0	0
Zwiększenia	43	1 686
Zmniejszenia	0	235
Amortyzacja	219	1 465
Zmiana wyceny rzeczowych aktywów trw.	0	-68
Wartość w dniu 28.02.2011 r.	18 024	11 971

3.1.2 Zapasy

Wartość zapasów zaprezentowana w jednostkowym sprawozdaniu finansowym sporządzonym na dzień 28 lutego 2011 r., uwzględnia dokonany odpis na zapasy niepełnowartościowe, który został dokonany zgodnie z polityką księgową jednostki dominującej.

3.1.3 Należności

Wartość należności zaprezentowana w jednostkowym sprawozdaniu finansowym sporządzonym na dzień 28 lutego 2011 r. zawiera korektę o odpis aktualizujący w wysokości 485,1 tys. zł.

3.1.4 Rezerwy

Kwota rezerw zaprezentowana w jednostkowym sprawozdaniu finansowym sporządzonym na dzień 28 lutego 2011 r. wynosi 9.724 tys. zł i obejmuje:

Rodzaj rezerwy	Kwota tys. zł
rezerwa na koszty działalności	465,6
rezerwa na niewykorzystany urlop	251,5
rezerwa na znak Alpinus	8 056,8
Razem	8 773,9

Ponadto, kwota rezerw obejmuje również rezerwę na podatek dochodowy wysokości 950,1 tys. zł.

3.1.5 Podatek dochodowy

Kwota podatku dochodowego, wykazana w jednostkowym rachunku zysków i strat za okres od 1 marca do 28 lutego 2011 r. wynosi 659 tys. zł i obejmuje:

- część bieżącą: 843,9 tys. zł
- część odroczoną: -184,9 tys. zł.

3.1.6 Różnice kursowe

W jednostkowym rachunku zysków i strat sporządzonym na dzień 28 lutego 2011 roku ujawniono przewagę różnic kursowych ujemnych nad różnicami kursowymi dodatnimi w wysokości 0,28 mln zł.

4 POZOSTAŁE INFORMACJE

Pozostałe informacje do rozszerzonego skonsolidowanego raportu za IV kwartał roku obrotowego 2010/2011.

4.1 Charakterystyka Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A.

W skład Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A. wchodzi:

- Euromark Polska S.A. – będąca jednostką dominującą,
- Camar Sp. z o.o - spółka zależna,
- Euromark Ukraina Sp. z o.o. - zagraniczna spółka zależna
- Espina-SPORT Sp. z o.o. – spółka zależna
- Outdoor Brand Management Ltd – zagraniczna spółka zależna

Jednostką dominującą wobec Euromark Polska S.A. jest TMR Investments Limited, firma zarejestrowana w Wielkiej Brytanii.

Listę spółek zależnych od Emitenta przedstawiono poniżej.

Lp.	Firma spółki Siedziba i adres. Kraj siedziby	Przedmiot działalności	Data objęcia kontroli	Bezpośredni udział Emitenta w kapitale zakładowym	Łączny udział Emitenta (pośredni i bezpośredni) w ogólnej liczbie głosów
1.	Camar Sp. z o.o. Skierdy 34, 05-101 Nowy Dwór Mazowiecki, Polska	Magazynowanie towarów obcych, usługi transportowe i logistyczne, wynajem powierzchni biurowych i magazynowych.	28.01.2000 r.	Tak, 100%, 2 210 000 zł	44 200 głosów - 100% ogólnej liczby głosów
2.	Euromark Ukraina Sp. z o.o. 79034 Lwów, ul. Listopada 16 Ukraina	Handel hurtowy i detaliczny sprzętem outdoorowym.	04.07.2006 r.	Tak, 100%, 200 000 USD	200 000 głosów - 100% ogólnej liczby głosów
3.	Espina-SPORT Sp. z o.o. Al. Grunwaldzka 82, 80-057 Gdańsk Polska	Handel detaliczny sprzętem outdoorowym.	01.11.2008	Tak, 100%, 50 000 zł	100 głosów – 100% ogólnej liczby głosów

4.	Outdoor Brand Management Ltd. 20 New Walk Leicester, Leicestershire LE1 6TX, Leicester, Wielka Brytania	zarządzanie i ujednoczenie praw własności intelektualnej należących do grupy kapitałowej	29.04.2009	Tak, 100%, 100 GBP	100% ogólnej liczby głosów - 100 głosów
----	---	---	------------	-----------------------	---

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej za okres od 1 marca 2010 r. do 28 lutego 2011r. obejmuje wyniki jednostkowe Euromark Polska S.A. i wyniki wymienionych spółek zależnych.

Euromark Polska S.A. jest firmą zajmującą się projektowaniem odzieży, obuwia oraz sprzętu kampingowego, a następnie ich dystrybucją w Polsce i krajach Europy Centralnej i Wschodniej. Euromark Polska S.A. zajmuje się dystrybucją towarów pod marką Campus, Alpinus, Stir Crazy oraz towarów pod innymi markami należącymi do Grupy, zarówno na terenie Polski, Wielkiej Brytanii jak również w krajach Europy Środkowej i Wschodniej. Głównym sprzedawanym towarem jest odzież i obuwie, dodatkowo ofertę uzupełniają namioty, plecaki, śpiwory oraz akcesoria kampingowe.

Projekty odzieży są sporządzane w biurze projektowym mieszczącym się w siedzibie Euromark Polska S.A. w Warszawie, a następnie przekazywane są do działu zakupów, który zleca produkcję poszczególnych wyrobów zakładom produkcyjnym zlokalizowanym głównie na Dalekim Wschodzie.

Działalność spółki Camar Sp. z o.o. obejmuje głównie świadczenie usług pomocniczych na rzecz Emitenta, tj. wynajem powierzchni biurowych, przechowywanie i magazynowanie towarów oraz działalność spedycyjną.

Euromark Ukraina Sp. z o.o. jest spółką handlową działającą na terenie Ukrainy i dystrybutorem towarów wszystkich marek należących do Grupy. W III kwartale roku obrotowego 2006/07 rozpoczął działalność jej pierwszy sklep detaliczny we Lwowie na Ukrainie.

ESPINA-SPORT Sp. z o.o. jest siecią czterech trójmiejskich sklepów zlokalizowanych w Gdańsku, Gdyni oraz Rumii oferujących szeroki wybór sprzętu sportowego, butów, bielizny, odzieży sportowej i trekkingowej takich firm jak: Alpinus, K2, Campus, Hannah, F7, York, Thomoas, Blizzard, Atomic, New Balance, North Face, Alpine Pro i wiele innych.

OUTDOOR BRAND MANAGEMENT Ltd. to spółka zależna utworzona w celu zarządzania i ujednolicenia praw własności intelektualnej należących do Grupy Kapitałowej zgodnie z nową polityką Grupy dotyczącą znaków towarowych i własności intelektualnej.

4.2 Informacje o podstawowych produktach, towarach i usługach oraz o rynkach zbytu i zaopatrzenia

4.2.1 Powierzchnia handlowa

Szczegółowe informacje na temat powierzchni handlowej podane są w punkcie 2.12.5.

4.2.2 Nowe sklepy agencyjne

Szczegółowe informacje na temat nowych sklepów agencyjnych podane są w punkcie 2.12.5.

4.2.3 Rozpoznawalność marki i produktu

Nowe podejście do tworzenia kolekcji zostało wprowadzone w poprzednim 2009 roku. W następstwie wprowadzenia nowej kolekcji Wiosna/Lato 2010, która spotkała się ze znakomitą odbiorą, w I półroczu 2010/11 Spółka pracując nad przygotowaniem kolekcji Wiosna/Lato 2011 odniosła się do wiedzy zdobytej uprzednio i poczyniła duży postęp w zakresie rozwoju produktu. Spółka Euromark kładzie szczególny nacisk na produkty marki Alpinus, do których wprowadzona została nowa kategoria produktów, jak również dokonano szeregu zmian w produktach już istniejących. Zmiany te odzwierciedlają trendy w projektowaniu i oczekiwania rynkowe, ale także są bliżej związane z docelowym, kluczowym rynkiem dla przedmiotowej marki.

Nowe kolekcje marki Campus na sezon Jesień/Zima 2010/11 odniosły sukces, jednakże wyniki marki Alpinus pogorszyły się z powodu opóźnionych dostaw oraz problemów z produkcją spowodowanych ograniczeniami finansowymi. W drugim półroczu roku obrotowego 2010/11 Spółka włożyła wiele wysiłku w przygotowanie kolekcji Jesień/Zima 2011/12. W marce Campus, dla której w ostatnich dwóch latach powstały nowe projekty kolekcji, Spółka opierając się na wiedzy zdobytej w sezonie dokonywała ulepszeń produktów. Oferta została poszerzona również o obszary, będące szybko rozwijającymi się niszami. W kolekcji Alpinus Spółka nawiązała ściślejszą współpracę z najlepszymi dostawcami materiałów do produkcji – W.L. Gore oraz Polartec, oraz obecnie trwają prace na przygotowaniu zupełnie nowej kolekcji narciarskiej oraz freeride'owej, będącej odpowiedzią na oczekiwania użytkowników tej marki. Wysiłki nad opracowaniem kolekcji Alpinus zostały docenione przez największych dostawców. W.L. Gore rozwiązał umowę z HiMountain, dzięki czemu Alpinus to obecnie jedyna polska marka z licencją Gore. Polartec również uznał nasze projekty za interesujące oraz zdecydował się na prezentację naszej nowej narciarskiej kurtki Ski Softshell na swoim stanowisku podczas trwania największych na świecie targów sportowych ISPO 2011, oraz zakupił nasze koszulki z kolekcji Wiosna/Lato 2011 dla swoich pracowników w Europie oraz Ameryce.

Dla marki Alpinus grupę docelową stanowią profesjonaliści i entuzjaści outdooru, dla których liczy się możliwie najlepsza jakość produktu.

Na skutek podporządkowania się trendom marketingowym ponownie zbadano konkurencyjność obu marek w relacji do oczekiwanych poziomów cen. Praca nad nowymi projektami pozwoliła nam odświeżyć wygląd i techniczne właściwości kolekcji, tak, by od samego początku dostosować je do oczekiwanych poziomów cen, co z kolei pozwoliło nam przygotować nowe kolekcje w cenach bardziej atrakcyjnych niż konkurencja. Dzięki temu podejściu detaliczne ceny kolekcji Wiosna/Lato 2010 są tylko nieco wyższe w porównaniu z sezonem Wiosna-Lato 2009, pomimo znacznych wzrostów kosztów spowodowanych wzrostem kursu wymiany PLN/USD.

4.2.3.1 Campus

Dla marki Campus przygotowaliśmy nową kolekcję na sezon Wiosna-Lato 2011, która stanowi rozwinięcie i udoskonalenie ubiegłorocznej kolekcji wiosenno-letniej 2010. Asortyment kolekcji uległ znacznemu rozszerzeniu i wzbogacony został o nowe projekty. Około 40% produktów z kolekcji to nowe lub unowocześnione projekty uszyte tak, by sprostać oczekiwaniom klientów. Wprowadziliśmy także kilka nowych rozwiązań technicznych, które w przeszłości nie były dostępne w kolekcjach Campusa, takie jak innowacyjny system nośny w plecakach oraz zastosowanie nowej tkaniny Cocona (z włókna kokosowego).

W drugim półroczu roku obrotowego 2010/2011 przygotowana została próbna wersja kolekcji Jesień/Zima 2011/12, będąca ulepszoną kontynuacją kolekcji Jesień/Zima 2010/11. Niewiele zmian dokonało się w kategorii odzież (kurtki, spodnie), a główne zmiany dotyczą akcesoriów, obuwia i w szczególności sprzętu zimowego (kasków, gogli oraz plecaków narciarskich). Pierwsza kolekcja zaprezentowana w sezonie Jesień/Zima 2010/11 odniosła wielki sukces. W tegorocznej kolekcji około 30% produktów to nowe lub ulepszone wzory. Wprowadzonych zostało kilka nowych rozwiązań technicznych, które nie były dostępne w przeszłości jak na przykład wymodelowane kaski, kolekcja dla narciarstwa biegowego z elementami ochronnymi, cięciami laserowymi i innymi nowościami.

Klienci zareagowali na zmiany w nowych kolekcjach z entuzjazmem, a nowy design produktów pozwoli zwiększyć sprzedaż i zyski pomimo ogólnie trudnej sytuacji na rynku.

4.2.3.2 Alpinus

W pracach przy przygotowywaniu kolekcji Wiosna/Lato 2011 przeanalizowaliśmy całą kolekcję i określiliśmy, które produkty spełnią oczekiwania klientów. W wyniku tego powstała kolekcja mniejsza ale za to bardziej kompaktowa, z której każdy produkt gotowy jest sprostać wymaganiom profesjonalnego rynku outdoorowego. Zdecydowaliśmy się na ograniczenie ilości stylów w kolekcji miejskiej i aftersportowej, a zamiast tego skupiliśmy się bardziej na kluczowych aspektach związanych ze stylem marki Alpinus – na alpinizmie, wspinaczce i trekkingu, które to charakteryzują się dużym potencjałem., a takich produktów również oczekiwał od nas rynek.

Wprowadziliśmy szereg technicznych rozwiązań, a 50% kolekcji to całkowicie nowe projekty.

Nowością jest kolekcja odzieży Himalaya z wypełnieniem Primaloft®, nowy rodzaj materiału rozciągający się zarówno w pionie jak i w poziomie, ulepszone wcięcia w

kurtkach umożliwiające swobodny ruch rąk oraz wiele innych. Przygotowaliśmy również wzory nowych spodni wspinaczkowych, technicznych koszulek, plecaków do wspinaczki, nową kolekcję półbutów trekkingowych oraz sportowych, jak również zaawansowane technologicznie namioty typu Quick Erect Tents, których konstrukcja oparta jest na kijkach z duraluminium.

Rozpoczęliśmy również prace nad rozbudowaniem kolekcji żeglarskiej, do przygotowania której wykorzystaliśmy specjalne materiały Gore zaprojektowane do celów żeglarskich. Kolekcja rozbudowywana jest we współpracy z żeglarzami, taka by ująć w niej wszystkie wymagane funkcje i dodatki. Po raz pierwszy kolekcja ta zostanie zaprezentowana w lipcu 2011 roku na międzynarodowych targach Outdoor Friedrichshafen.

W kolekcji Jesień/Zima 2011/12 poszliśmy o krok dalej, zmieniając całkowicie kolekcję narciarską. Proces rozpoczął się od redefiniowania oczekiwań klientów, a następnie przystąpiono do tworzenia nowej, szerszej oferty z podziałem na style narciarskie i freeride'owe. Dzięki współpracy z Gore, wprowadzonych zostało do kolekcji 6 nowych wzorów kurtki wykonanych z tkanin Gore, a dzięki współpracy z Polartec wprowadzono specjalny softshell narciarski (projekty tego stylu nominowane zostały do nagrody American Apex Award) wykonany z materiału Polartec Powers Shield Pro. Wszystkie style zostały właściwie skrojone, a rozmiary dostosowano do obecnej średniej populacji. Ofertę dopełniają dodatki, takie jak kolekcja rękawiczek, czapek oraz bielizny. W odniesieniu do kolekcji odzieży outdoorowej na jesień, przygotowujemy style 3w1 przy użyciu specjalnych tkanin Gore.

Dla wszystkich kategorii opracowaliśmy specjalny branding dla najlepszych produktów w oparciu o opinie członków Alpinus Expedition Team.

4.2.4 Działania marketingowe i pozycjonowanie

W roku obrotowym 2010/11 spółka Euromark kontynuowała strategię marketingową dla produktów obu marek oraz dla własnej marki sklepów Planet Outdoor, zapoczątkowaną wiosną 2009 roku.

Strategia marketingowa dla marki Alpinus jest blisko powiązana z działalnością Alpinus Expedition Team (AET), a nowy długoterminowy slogan dla Alpinusa to „Testowane przez Alpinus Expedition Team”. Slogan ten przywołuje pozytywne uczucia i pewność dotyczącą jakości produktów używanych przez członków AET. Kampania bazuje na działaniach „Below The Line” (BTL, marketing pośredni) związanymi z silnie oddziałującymi layoutami dla punktów sprzedaży, wykorzystującymi prawdziwe zdjęcia z wypraw. Komunikacja nastawiona jest na społeczne relacje i emocje wywoływane przez wyprawy AET, ponieważ klienci kupujący takie produkty chcą odczuwać podobne emocje podczas swoich podróży i prowadzić podobny tryb życia.

W kwietniu 2009 roku, podczas jednej z wypraw w Himalajach zginął tragicznie jeden z członków AET – Piotr Morawski. We współpracy z Olgą Morawską, jego żoną, powstał w marcu 2010 roku Memoriał Piotra Morawskiego – Miej Odwagę (www.alpinus-miejodwage.pl). Ideą memoriału jest znajdowanie i wspieranie początkujących podróżników, alpinistów, żeglarzy i innych, którzy w ramach nagrody na rok staną się

członkami AET, w połączeniu ze wsparciem przy organizacji wypraw. Podczas trwania memoriału wszyscy uczestnicy muszą dokumentować przebieg swojego projektu na stronie internetowej, a wyboru najlepszego z takich projektów dokonają użytkownicy Internetu (50%) oraz Kapituła memoriału.

Memoriał jednoczy załogę AET oraz stanowi inspirację dla naszych klientów do działania na rzecz wyboru nowych członków teamu oraz wspierania ich w staraniach o dojście do profesjonalizmu. Pierwsza edycja memoriału spotkała się z ogromnym zainteresowaniem – zarejestrowało się 129 uczestników i ponad 100 tysięcy głosujących. Memoriał był również reklamowany w mediach, łącznie na jego temat pojawiło się 109 publikacji w prasie i Internecie, kilka wzmianek w telewizji i radio oraz wywiadów.

Poza Memoriałem, który odbył się w drugiej połowie roku obrotowego 2010/11, w okresie całego roku pojawiało się wiele artykułów, wywiadów radiowych i telewizyjnych z udziałem członków AET, gdzie rozmawiano o ich osiągnięciach. Wiosną, Kinga Baranowska zdobyła szczyt Annapurny, niestety poległa przy podchodzeniu do K2 w sierpniu. Edyta Ropek, nowy członek Alpinus Expedition Team, zwyciężyła w Europejskich Mistrzostwach we Wspinaczce Sportowej, będącym najbardziej prestiżowym konkursem Pucharu Świata organizowanym w Arco jak również w wielu innych konkursach, zdobywając drugie miejsce w klasyfikacji Pucharu Świata. Jacek Kudłaty przemierzył nowe szlaki wspinaczkowe w Tajlandii. Wspieraliśmy również wyprawę organizowaną przez Fundację Jasia Meli Poza Horyzonty do parku narodowego Yosemite w Ameryce (wspinaczka na El Capitan) oraz inne przedsięwzięcia.

W obszarze bezpośredniego wsparcia sprzedaży, przygotowaliśmy specjalne materiały reklamowe na sezon Wiosna/Lato 2010, przeznaczone głównie do witryn sklepowych i innych miejsc na terenie sklepów. Materiały te miały inspirować poprzez umieszczone na nich zdjęcia z wypraw członków AET oraz logo "Tested by Alpinus Expedition Team". Przygotowana została specjalna seria materiałów do wsparcia sprzedaży namiotów, śpiworów oraz plecaków, a w ręce każdego klienta trafiał katalog reklamowy z produktami Alpinus.

Na sezon Jesień/Zima wygląd tych materiałów uległ niewielkiej zmianie tak aby pozytywne doznania z wypraw AET przyciągały uwagę klientów na poszczególne produkty. Przygotowaliśmy szereg dodatków, jak materiały do umieszczenia w witrynach sklepowych, wewnątrz sklepów oraz przy kasach.

Materiały reklamowe na sezon Wiosna/Lato oraz Jesień/Zima zostały również wykorzystane w prasie. Wspieraliśmy nimi kampanie prowadzone w takich magazynach branżowych, jak Góry, Podróże, NPM, Voyage, Ski Magazyn, 4Outdoor, na wszystkich specjalistycznych portalach internetowych www.goryonline.com, www.wspinanie.pl, www.climb.pl, www.4outdoor.pl, www.drytooling.pl, www.bouldering.pl, www.climb&more.com, www.nieznantatry.pl, www.przewodnikjura.pl, www.e-gory.pl, www.redpoint.pl i innych.

W okresie czterech kwartałów roku obrotowego 2010/11 prowadziliśmy aktywny marketing bezpośredni poprzez różne wydarzenia i turnieje sportowe. Marka Alpinus była głównym partnerem outdoorowym na największym w Polsce festiwalu podróżniczym Kolosy, wspieraliśmy również Krakowski Festiwal Filmów Górskich, targi Sport-Lato Kielce 2010 Sport-Zima Kielce 2011, jak również uczestniczyliśmy w szeregu mniejszych wydarzeń jak np. zawody wspinaczkowe.

W trzecim i czwartym kwartale roku obrotowego 2010/11, uruchomiliśmy na portalu Facebook nowy profil marki Alpinus oraz Alpinus Expedition Team w celu usprawnienia i ułatwienia komunikacji z klientami.

Kampania Campus Wiosna/Lato 2010 upłynęła pod sloganem „Żywioty pod kontrolą”. Wszystkie reklamy pokazywały radość i przyjemność z aktywnego spędzania czasu. Prezentowane formy aktywności były inspirujące i nietrudne do osiągnięcia, adresowane do masowego odbiorcy. Komunikacja w kampanii bazuje na działaniach „Above The Line” (ATL – marketing bezpośredni), począwszy od materiałów w punktach sprzedaży, poprzez magazyny prasowe, TV, Internet i radio.

W sezonie Wiosna/Lato 2010 marka Campus reklamowana była w magazynach takich jak Extremum, Góry, 4x4 Auto Świat, NPM, Podróże, Magazyn Górski oraz w Internecie i lokalnych stacjach radiowych. Kampania reklamowa opierała się na konkursie, w którym główną nagrodą był jednogodzinny pobyt w Czeskim Raju oraz przeszło 300 innych nagród, a udział w konkursie wzięło ponad 2 tysiące osób.

Latem Campus kontynuował projekt „Najtrudniejsze Drogi Świata” po pomyślnym zakończeniu Ekspedycji Syberia-Mongolia. Od maja trwa Ekspedycja Australia 2010 będąca off-roadową wyprawą przez pustynię i dżunglę w Północnej Australii. Ekspedycja ta reklamowana była w wielu mediach, począwszy od telewizji i radio, a skończywszy na artykułach w prasie. Ogółem, w reklamę tego wydarzenia zaangażowanych było ponad 50 różnych placówek medialnych. Ponadto, w przygotowaniu znajduje się również film z przebiegu ekspedycji.

Film z Ekspedycji Syberia-Mongolia został opublikowany wiosną 2010 roku, a do klientów trafiło ponad 50 tysięcy jego egzemplarzy.

Kampania kolekcji Campus Jesień/Zima 2010/11 oparta była głównie na konkursie Freak Foto Fest (www.campusfff.pl). Uczestnicy tego konkursu mogli wygrać wiele różnych nagród jeżeli tylko zwyciężyli w jednej z konkursowych kategorii – najlepsze zdjęcie, najlepszy film video, najbardziej kreatywne wykorzystanie produktu marki Campus. Konkurs spotkał się z ogromnym zainteresowaniem ze strony klientów, zarówno pod względem zarejestrowanych użytkowników oraz osób, które odwiedzały stronę internetową i oddawały głosy.

Kampanię tą realizowano w oparciu o strategię ATL w sklepach Planet Outdoor oraz w sklepach agencyjnych, w prasie, Internecie, radio oraz przy wykorzystaniu technik PR w różnych mediach.

Zimą rozpoczął się drugi etap Ekspedycji Campus Australia 2010, nagłaśniany w różnych mediach. Przed końcem roku, filmiki z projektu Najtrudniejsze Drogi na Świecie zostały wyświetlone na portalu You Tube ponad 1 mln razy.

W drugiej połowie roku obrotowego wspieraliśmy również inne projekty – drugą wyprawę kobiecą na Kilimandżaro, ekspedycję Polka w Pakistan i inne.

Oprócz powyższego, Spółka współpracuje oraz wspiera swoich klientów również na poziomie lokalnych przedsięwzięć.

Począwszy od sezonu Wiosna/Lato 2010/11, położyliśmy większy nacisk na rozwijanie świadomości marki Planet Outdoor. Organizowaliśmy zarządzane centralnie kampanie marketingowe, takie jak „Powrót do szkoły” – skupiona na promocji miejskich plecaków, kampania reklamowa odzieży i obuwia Gore oraz wyprzedaże. Dla tych akcji przygotowaliśmy specjalne materiały dla punktów sprzedaży wyłącznie dla marki Planet

Outdoor, koncentrujące się na promocji logo Planet Outdoor (marki sklepów), a nie na markach Alpinus czy Campus.

4.2.5 Jakość produktu

Spółka nadal inwestuje w działania mające na celu zapewnienie odpowiedniej jakości produktów. Działania realizowane są poprzez bliską współpracę z dostawcami i mają na celu dostarczenie produktu o wysokim standardzie we wszelkich jego aspektach: od opakowania do produktu samego w sobie. Aktywność w tym zakresie uwzględnia regularne wizyty w fabrykach w celu usprawnienia bieżącej współpracy. Korzystamy również z każdej możliwości pozwalającej na redukcję odpadów i stosowanie związków węgla w procesie produkcji.

4.3 Wskazanie skutków zmian w strukturze grupy kapitałowej

W IV kwartale roku obrotowego 2010/11 nie wystąpiły zmiany w strukturze Grupy Kapitałowej Emitenta.

4.4 Stanowisko Zarządu odnośnie do możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok

Zarząd Euromark Polska S.A. nie publikował prognozy wyniku finansowego na rok obrotowy 2010/11.

4.5 Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Euromark Polska S.A. na dzień przekazania raportu kwartalnego.

<i>Akcjonariusz</i>	<i>Liczba posiadanych akcji*)</i>	<i>Liczba głosów wynikających z posiadanych akcji</i>	<i>Udział w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Euromark Polska SA</i>	<i>Udział w kapitale zakładowym Euromark Polska SA</i>
TMR Investments Limited*)	7.490.400	7.490.400	61,30%	61,30%

ING Parasol Fundusz Inwestycyjny Otwarty	1.224.730**	1.224.730**	10,02%	10,02%
---	-------------	-------------	--------	--------

*) T.M.R. INVESTMENTS LIMITED, spółka założona i zarejestrowana w Anglii i Walii pod numerem 01836910. Adres siedziby: Unit 5 the Bloxwich Lane Estate, Bloxwich Lane, Walsall WS2 8TF, Wielka Brytania. Jedynym udziałowcem TMR Investments Limited jest Przewodniczący Rady Nadzorczej Euromark Polska SA Pan Timothy Mark Roberts.

** zgodnie ze stanem posiadania wskazanym w zawiadomieniu z dnia 8 lipca 2010 roku (rb 24/2010)

W okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego do dnia przekazania niniejszego raportu nie miały miejsca zmiany w stanie posiadania akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Euromark Polska S.A.

4.6 Zmiany w organach zarządzających i nadzorujących

W dniu 17 stycznia 2011 roku Emitent otrzymał od Pana Piotra Chudy rezygnację z funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki z dniem 20 stycznia 2011 roku. W przekazanym oświadczeniu Pan Piotr Chudy nie podał powodów rezygnacji. O ww. rezygnacji Emitent informował w raporcie bieżącym nr 2/2011 z dnia 18 stycznia 2011 roku.

Jednocześnie w dniu 21 stycznia 2011 roku, główny akcjonariusz Emitenta, T.M.R. Investments Limited, korzystając z przysługującego mu na podstawie §20 pkt. 2 Statutu Spółki prawa do powołania jednego członka Rady Nadzorczej, powołał w skład Rady Nadzorczej Spółki Panią Teresę Warburton. O powołaniu ww. członka Rady Nadzorczej Emitent informował w raporcie bieżącym nr 3/2011 z dnia 18 stycznia 2011 roku.

4.7 Zestawienie stanu posiadania akcji Euromark Polska S.A. lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta na dzień przekazania raportu kwartalnego.

Zestawienie stanu posiadania akcji Euromark Polska S.A. przez osoby zarządzające i nadzorujące na dzień publikacji niniejszego raportu zawiera poniższa tabela:

Akcjonariusz	Liczba posiadanych akcji*)	Liczba głosów wynikających z posiadanych akcji	Udział w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Euromark Polska SA	Udział w kapitale zakładowym Euromark Polska SA
Pan Timothy Mark Roberts – Przewodniczący	7.490.400	7.490.400	61,30%	61,30%

Rady Nadzorczej (pośrednio, poprzez TMR Investments Limited *)				
--	--	--	--	--

**) Pan Timothy Mark Roberts jest jedynym udziałowcem TMR Investments Limited*

Pozostałe osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta nie posiadają wyemitowanych akcji Spółki. Osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta nie posiadają również żadnych uprawnień do akcji Emitenta.

W okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego do dnia przekazania niniejszego raportu za IV kwartał 2010/11r. nie nastąpiła zmiana w stanie posiadania akcji Euromark Polska S.A. przez osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta.

4.8 Informacja o postępowaniach przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej

W połowie lipca 2010 roku Zarząd Spółki otrzymał zawiadomienie o wszczęciu postępowania przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów dotyczącego kontroli cen stosowanych przez Spółkę oraz zawarcia przez Spółkę z 6 odbiorcami umów ograniczających konkurencję. Przypuszcza się, iż wskazane umowy mają na celu kontrolowanie ceny na rynku sprzętu oraz odzieży turystycznej i wspinaczkowej. Spółka przekazała wszelkie niezbędne informacje i dokumenty, jak również nawiązała ścisłą współpracę z Urzędem w celu wyjaśnienia spraw będących przedmiotem postępowania. W IV kwartale bieżącego roku obrotowego nie wystąpiły istotne zmiany w tym zakresie. Zarząd Spółki wierzy, iż rezultat prowadzonego postępowania okaże się satysfakcjonujący zarówno dla Spółki, jak i dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W dniu 5 kwietnia 2011 roku Zarząd Spółki otrzymał odpis pozwu z dnia 22 marca 2011 roku, wniesionego przez Meritum Bank ICB S.A. z siedzibą w Gdańsku, o czym poinformowano w raporcie bieżącym nr. 8/2011 z dnia 6 kwietnia 2011 roku.

Pozew dotyczy umowy sprzedaży praw do znaku towarowego Alpinus (Umowa) zawartej pomiędzy Bankiem Współpracy Europejskiej S.A. (poprzednia nazwa Banku) a "Euromark Polska" Sp. z o.o. (poprzednik prawny Emitenta) w dniu 5 października 2004 roku,

Wartość przedmiotu sporu wskazana przez Powoda wynosi 10.818 tys. zł z VAT (8.795 tys. zł bez VAT). Struktura pozwu przewiduje dwa warianty zaspokojenia Powoda, przy czym niezaakceptowanie przez sąd jednego z wariantów ma skutkować wnioskiem o przyjęciem drugiego:

wariant 1: zasądzenie od Emitenta na rzecz Powoda kwoty 10.818 tys. zł z VAT wraz z ustawowymi odsetkami od tej kwoty od dnia 3 grudnia 2010 roku do dnia zapłaty;

wariant 2: ustalenie harmonogramu zapłaty kwoty 8.795 tys. zł netto przez Emitenta na rzecz Powoda w 23 ratach kwartalnych.

Zdaniem Zarządu, narzucenie jakiegokolwiek ostatecznego terminu spłaty przez Bank jest sprzeczne z zapisami Umowy. Jednocześnie, Zarząd Spółki jest przekonany, że decyzja sądu o wyznaczeniu harmonogramu spłaty, który będzie zgodny z warunkami i postanowienia Umowy wydaje się być jedynym sposobem na osiągnięcie polubownego porozumienia z Bankiem.

Poza powyższymi, w IV kwartale roku obrotowego 2010/2011 i do dnia sporządzenia niniejszego raportu nie wszczęto ani nie prowadzono przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej postępowania dotyczącego zobowiązań albo wierzytelności Euromark Polska S.A. lub jednostki od niego zależnej, których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Euromark Polska S.A.

Emitent ani jednostki od niego zależne nie są również stroną dwu lub więcej postępowań dotyczących zobowiązań oraz wierzytelności, których łączna wartość stanowi odpowiednio co najmniej 10% kapitałów własnych Emitenta.

4.9 Transakcje z podmiotami powiązanymi.

W IV kwartale roku obrotowego 2010/2011 Emitent, ani jednostki od niego zależne, nie zawierały z podmiotami powiązanymi transakcji, które pojedynczo lub łącznie byłyby istotne i zostałyby zawarte na warunkach innych niż rynkowe.

4.10 Informacje o udzielonych poręczeniach i gwarancjach.

W okresie objętym niniejszym raportem Emitent ani jednostki od niego zależne nie udzieliły nowych poręczeń lub gwarancji.

4.11 Dodatkowe informacje istotne dla oceny sytuacji finansowej, majątkowej, kadrowej oraz wyniku finansowego Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A. i ich zmian oraz informacje istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Grupę Kapitałową Emitenta.

W raporcie rocznym za rok obrotowy 2009/2010 opublikowanym dnia 30.06.2010r. Zarząd Spółki Euromark Polska S.A. w następujący sposób zwrócił uwagę akcjonariuszy na pewne trudności związane z finansowaniem kapitału obrotowego, a odnoszące się do ryzyka handlowego odczuwanego przez instytucje polskiego sektora bankowego:

„Sytuacja makroekonomiczna w Polsce to kluczowy element dla działalności Grupy Kapitałowej Euromark, zarówno jak i stabilne zachowania obserwowane na krajowym rynku bankowym.

W czasie roku obrotowego, Spółka Dominująca napotkała znaczące wyzwania w tym obszarze spowodowane pogorszeniem się nastrojów na polskim rynku instytucji bankowych w “szczyście kryzysu bankowego”, co w szczególności odnosi się do banku z którym współpracowała, jak również do innych instytucji finansowych. W wyniku negocjacji, Spółce Dominującej udało się w krótkim okresie czasu pozyskać fundusze z innych źródeł, jednakże uzyskany poziom finansowania nie był tożsamy z tym posiadanym poprzednio. W rezultacie, nastąpiło znaczne ograniczenie środków finansowych, a Spółka zmuszona była ograniczyć liczbę zamówień na produkcję oraz naruszyć zasady współpracy z wieloletnimi kontrahentami poprzez anulowanie zamówień dostaw produktów. Anulowane zamówienia i opóźnione dostawy towarów przyniosłyby na przestrzeni minionego roku finansowego kolejne 8 mln zł sprzedaży oraz 3,7 mln zł zysku przed opodatkowaniem”.

Zarząd Spółki informuje, iż na dzień bilansowy ryzyko zostało zdywersyfikowane. Rozszerzona została współpraca z dwoma dotychczasowymi bankami, oraz podpisano umowę kredytową z nowym bankiem, a ryzyko związane z finansowaniem rozkłada się obecnie na trzy różne instytucje finansowe. Zarząd w dalszym ciągu stara się utrzymać poziom dywersyfikacji ryzyka.

W IV kwartale roku obrotowego 2010/2011 Spółka zawarła z Bankiem Millennium S.A. w dniu 18 lutego 2011 roku umowę o udzielenie kredytu obrotowego z przeznaczeniem na finansowanie bieżącej działalności Emitenta. Kredyt został udzielony Spółce w dwóch transzach, odpowiednio 14,5 mln zł oraz 6 mln zł. Kredyt udzielony został do dnia 17 lutego 2012 r. Więcej informacji Zarząd podał w raporcie bieżącym nr 5/2011 w dniu 18 lutego 2011 roku.

W dniu 25 lutego 2011 roku pomiędzy Spółką a bankiem Fortis Bank Polska S.A. doszło do zawarcia aneksu do umowy wielocelowej linii kredytowej z dnia 25 czerwca 2010 r., w wyniku czego nastąpiło podwyższenie kwoty limitu kredytowego w rachunku bieżącym z 3 do 6 mln zł oraz wydłużenie do dnia 22 lutego 2012 r. okresu udostępnienia kredytu.. O zawarciu aneksu, o którym mowa powyżej Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 6/2011 z dnia 25 lutego 2011 roku.

Ponadto, po dacie bilansowej w dniu 31 marca 2011 roku Spółka podpisała umowę kredytu obrotowego z bankiem BRE S.A. na kwotę 2,5 mln PLN z przeznaczeniem na finansowanie majątku obrotowego Kredytobiorcy. Kredyt udzielony został do dnia 29 lutego 2012 roku. Ze względu na kwotę nie przekraczającą progu 10% kapitału Spółki, podpisanie ww. umowy nie zostało przekazane w formie raportu bieżącego.

Niniejszy raport śródroczny zawiera wszystkie podstawowe informacje, które są istotne dla oceny sytuacji Emitenta i jego Grupy Kapitałowej. W opinii Zarządu Emitenta nie istnieją obecnie zagrożenia dla realizacji zobowiązań Emitenta i jego Grupy Kapitałowej.

4.12 Opis podstawowych ryzyk i zagrożeń związanych z pozostałymi miesiącami roku obrotowego

Na wyniki finansowe Spółki wpływ mają następujące waluty USD oraz EUR. Większa część zakupów produktowych w obrębie Grupy od dostawców z Dalekiego Wschodu odbywa się w USD. Płatności za wynajem powierzchni handlowych na terenie Polski często przeliczane są na USD lub EUR. Większa część sprzedaży w kanale eksportowym przeliczana jest na USD. Ryzyko kursowe zostało zminimalizowane, dzięki transakcji forward w kwocie stanowiącej 50% przyszłych zakupów towarów z kolekcji jesień-zima 2011 oraz dzięki zapłaconym już w większości depozytom pod produkcję tych towarów w wysokości 20% całego zamówienia.

Dodatkowy czynnik ryzyka związany z działalnością Emitenta wynika z faktu, iż poziom wydatków ponoszonych na sprzęt outdoorowy może ulegać zmianie w zależności od szeroko pojętych uwarunkowań ekonomicznych. Spółka odnotowała historyczny stabilny wzrost sprzedaży nawet pomimo osłabienia koniunktury gospodarczej. W sytuacji gwałtownych spadków, przyjęte zasady handlowe pozwoliłyby Spółce zredukować liczbę zamówień, co jednak przełożyłoby się na sprzedaż, ale za to skutkowałoby doraźnym rozwiązaniem problemu oraz powrotem do normalnego handlu po ustabilizowaniu się sytuacji gospodarczej.

Jednocześnie należy mieć na uwadze, iż trendy w obszarze sektora odzieżowego mogą ulec zmianie i jeżeli nie przewidzi się tego, może to mieć znaczący wpływ na prowadzoną działalność a w konsekwencji na wyniki finansowe.

Na działalność prowadzoną przez Spółkę bardzo duży wpływ ma również czynnik pogodowy. Warunki pogodowe w okresie piątego i szóstego kwartału obecnego roku finansowego (marzec 2011 – sierpień 2011) mają i będą miały bezpośredni wpływ na popyt na produkty oferowane przez Grupę, a przez to na wyniki osiągnięte w roku finansowym 2010/11. Duży wpływ na osłabienie wyników finansowych może mieć występowanie nietypowej dla tego okresu pogody, charakteryzującej się np. wysokimi temperaturami oraz brakiem deszczu w marcu i kwietniu oraz w pierwszej połowie maja i niskimi temperaturami i dużymi opadami deszczu od drugiej połowy maja do końca sierpnia. Korzystny wpływ na wynik finansowy będą mieć typowe dla pory wiosennej i letnie warunki atmosferyczne.

4.13 Wskazanie czynników, które w ocenie Euromark Polska S.A. będą mogły mieć wpływ na wyniki osiągnięte przez Grupę Kapitałową Euromark Polska S.A. w perspektywie co najmniej kolejnego kwartału.

Warunki pogodowe w okresie następnego kwartału obecnego roku finansowego (marzec – sierpień 2011) mają i będą miały bezpośredni wpływ na popyt na produkty oferowane przez Grupę, a przez to na wyniki osiągnięte w roku finansowym 2010/11. Duży wpływ na pogorszenie wyników finansowych może mieć występowanie nietypowej dla tego

okresu pogody, charakteryzującej się niskimi temperaturami oraz brakiem deszczu, jednakże gorące i deszczowe lato będzie mieć korzystny wpływ na wynik finansowy.

W perspektywie długoplanowej, w ocenie Zarządu ponoszone dotychczas nakłady inwestycyjne związane z najmem i adaptacją powierzchni handlowych przeznaczonych na sprzedaż detaliczną produktów Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A. w sieci Planet Outdoor w Polsce, zaczną przynosić korzystne efekty finansowe. Znalazło to odzwierciedlenie już w pierwszych czterech kwartałach roku finansowego 2010/11.

W pierwszych czterech kwartałach roku finansowego 2010/11 zostało otwartych 17 nowych sklepów agencyjnych z logo Campus i Alpinus, w których dużą część oferty stanowią produkty spółki Euromark. Obecnie Spółka prowadzi sprzedaż detaliczną poprzez sieć 74 sklepów agencyjnych. Większa sieć sklepów agencyjnych w korzystny sposób wpłynie na wynik finansowy w kolejnych kwartałach bieżącego roku obrotowego do 31 sierpnia 2011 r. i następnym roku obrotowym.

Ze względu na sytuację na rynkach światowych, wciąż utrzymuje się ryzyko walutowe związane z zakupami towarów dokonywanymi w walucie EUR / USD, a brak stabilności rynkowej powoduje zmienność stosunku PLN do głównych walut. Spółka Euromark nie jest w stanie niezwłocznie zareagować na takie wahania, ponieważ model sprzedaży przez nią stosowany polega na oferowaniu i sprzedaży produktów w określonych sezonach, włącznie z zachowaniem gwarantowanych cen na kolekcje przygotowywane dla tych okresów.

Zarząd Spółki Euromark dostrzega rosnące ryzyko związane z produkcją w Chinach oraz coraz większymi problemami z siecią dostawców na Dalekim Wschodzie, oraz przystosowuje swoją politykę zakupową celem zminimalizowania ryzyka. Spółka rozpoczęła już poszukiwania nowych dostawców poza terytorium Chin, i zdołała do tej pory przenieść część produkcji z Chin z powrotem do Europy lub do innych krajów azjatyckich (Indie, Bangladesz, Wietnam). W celu dotrzymania i realizacji terminów dostaw, zamówienia na kolekcję Jesień/Zima 2011/12 zostały złożone przeszło miesiąc wcześniej niż odbywało się to w latach ubiegłych.

Zarząd Euromark Polska S.A. spodziewa się nadal zwiększać sprzedaż i zyski co wymaga m.in. wzrostu finansowania powyżej obecnego poziomu dostarczanego przez banki. Jak wspomniano w punkcie *Dodatkowe informacje istotne dla oceny sytuacji finansowej, majątkowej, kadrowej oraz wyniku finansowego Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A.[...]* powyżej, Zarząd Euromark zdołał dokonać dywersyfikacji źródeł finansowania. W okresie sprawozdawczym podjęta została współpraca z dwoma nowymi bankami, a ryzyko związane z finansowaniem rozkłada się obecnie na trzy różne instytucje finansowe.

Jednocześnie pomimo zapewnionego finansowania satysfakcjonującego dla obecnej skali działalności Emitenta Spółka nadal szuka dodatkowych źródeł finansowania tak aby zapewnić maksymalizację wyników sprzedaży i zysku oraz konsekwentnie realizować zaplanowany rozwój.