



**RAPORT KWARTALNY
ZA I KWARTAŁ 2013 ROKU
EUROSNACK S.A.**



SPIS TREŚCI

1. Informacje ogólne,
2. Wybrane dane finansowe,
3. Komentarz Zarządu na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe,
4. Informacje na temat aktywności, jaką w okresie objętym raportem emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności,
5. Stanowisko odnośnie możliwości zrealizowania publikowanych prognoz wyników na dany rok w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie kwartalnym,
6. Wskazanie jednostek wchodzących w skład grupy kapitałowej emitenta na ostatni dzień okresu objętego raportem kwartalnym,
7. W przypadku gdy emitent tworzy grupę kapitałową i nie sporządza skonsolidowanych sprawozdań finansowych – wskazanie przyczyn niesporządzania takich sprawozdań,
8. Informacja o strukturze akcjonariatu emitenta, ze wskazaniem akcjonariuszy posiadających, na dzień sporządzenia raportu, co najmniej 5% głosów na walnym zgromadzeniu.

1. INFORMACJE OGÓLNE

1.1. Dane Spółki

Nazwa firmy:	EUROSNACK S.A.
Forma prawna:	Spółka akcyjna
Kapitał zakładowy	1 466850,80
Organ prowadzący rejestr, numer KRS	0000314024
Adres:	ul. Gałeczki 59, 41-506 Chorzów
Telefon:	+48 32 245 50 58
Fax:	+48 32 245 50 58
E-mail:	biuro@eurosack.pl
www:	www.eurosack.pl
NIP:	627-15-54-848



1.2. Przedmiot działalności Spółki

Eurosnack S.A. działa na rynku spożywczym od 1996 roku. Podstawową działalnością Spółki jest produkcja i sprzedaż wysokiej jakości wyrobów z kategorii słonych przekąsek i kategorii ciastek.

Model biznesowy Spółki oparty jest na wielopłaszczyznowej współpracy zarówno z dużymi sieciami handlowymi jak i z rozbudowaną siecią dystrybutorów hurtowych. Spółka ma także swoich odbiorców w konwencji B2B .

Oferta produktowa Spółki dzieli się na kategorię słonych przekąsek oraz kategorię pieczywa cukierniczego – ciastek.

Wieloletnia obecność na rynku spożywczym ,pozwoliła Spółce Eurosnack osiągnąć pozycję jednego z wiodących producentów i dystrybutorów słonych przekąsek.

Wizytówką produktów Spółki w tym segmencie , jest nie tylko ich wysoka jakość i doskonały smak, ale także bezpieczeństwo produktów dla osób z nietolerancją glutenu. Zakład Produkcujący chrupki kukurydziane w Chorzowie jest wolny od tego alergenu, wszystkie produkowane chrupki są produktami bezglutenowymi (co zostało potwierdzone badaniami laboratoryjnymi). Produkowane w Chorzowie chrupki kukurydziane posiadają certyfikat i rekomendację Polskiego Stowarzyszenia Osób Chorych na Celiakię i Na Diecie Bezglutenowej. Ze szczególną dbałością o zaspokojenie potrzeb wszystkich konsumentów przygotowywane są kolejne propozycje smakowe atrakcyjne nie tylko pod względem smakowym ale również wizualnym i estetycznym. Markę 'ChrupCie" reprezentuje obecnie linia słona oraz zupełnie nowa w ofercie linia słodka – zaprojektowana z myślą o najmłodszych amatorach przekąsek.

Reprezentatywną marką Spółki w kategorii ciastek jest marka LAJKONIK, której produkcja jest prowadzona w przejętym w 2007 roku Zakładzie Przemysłu Cukierniczego Lajkonik w Niezdowie / k. Dobczyc (woj. . małopolskie)

W produkcji zarówno słonych przekąsek jak i ciastek Spółka korzysta z surowców od sprawdzonych i kwalifikowanych dostawców, dzięki czemu Spółka utrzymuje wysoką jakość produktów na stałym poziomie – co z kolei jest gwarancją zadowolenia i lojalności konsumentów.

W 2010 roku spółka zadebiutowała na Rynku New Connect.

1.3. Organy Spółki

W skład zarządu EUROSNAEK S.A. na dzień 31 marca 2013 r. wchodziłi:

Imię i nazwisko	Stanowisko
Ewa Kawałkowska	Prezes Zarządu
Bartosz Wasylewicz	Członek Zarządu

W skład Rady Nadzorczej EUROSNAEK S.A. na dzień 31 marca 2013 r. wchodziłi:

Imię i nazwisko	Stanowisko
Przemysław Kołakowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Patrycja Buchowicz	Wiceprzewodnicząca Rady Nadzorczej
Wojciech Wesoły	Członek Rady Nadzorczej
Andrzej Krakówka	Członek Rady Nadzorczej
Agnieszka Kłopocińska	Członek Rady Nadzorczej

2. WYBRANE DANE FINANSOWE

2.1. Wybrane dane finansowe – Bilans [w PLN]

Bilans	Na dzień 31.03.2013	Na dzień 31.03.2012
Kapitał Własny	1.539,9	1.575,8
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	1.653,6	1.128,4
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	13,3	15,1
Zobowiązania długoterminowe	323,7	380,8
Zobowiązania krótkoterminowe	3.167,3	1.949,2

2.2. Wybrane dane finansowe – rachunek zysków i strat [w PLN]

Rachunek zysków i strat	01.01.2013- 31.03.2013	01.01.2012- 31.03.2012
Przychody ze sprzedaży	2.276,1	1.951,3
Amortyzacja	48,8	47,6
Zysk / Strata ze sprzedaży	86,7	46,9
Zysk / Strata z działalności operacyjnej	45,1	22,8
Zysk / Strata brutto	26,8	7,1
Zysk / Strata netto	26,8	7,1



3. KOMENTARZ ZARZĄDU NA TEMAT CZYNNIKÓW I ZDARZEŃ, KTÓRE MIAŁY WPŁYW NA OSIĄGNIĘTE WYNIKI FINANSOWE

W I kwartale 2013 Emitent wypracował ponad 2,2 mln przychodów netto ze sprzedaży, co stanowi 17% wzrost w porównaniu do okresu analogicznego 2012 roku.

Emitent w I kwartale 2013 roku zanotował dodatni wynik z działalności operacyjnej w kwocie 45,1 tys. co w porównaniu do okresu analogicznego stanowi wzrost o 98%.

Zysk ze sprzedaży wyniósł 86,7 tys., gdzie w okresie analogicznym kwota ta była mniejsza o 85% i wynosiła 46,9 tys.

I kwartał 2013 roku Emitent zamknął zyskiem netto wynoszącym 26,8 tys. co stanowi znaczący wzrost w porównaniu do I kwartału 2012 roku, gdzie wynosił on 7,1 tys.

Na wyniki finansowe Spółki istotny wpływ miały koszty związane nie tylko z modernizacją i wprowadzeniem do dystrybucji nowych opakowań biszkoptów oraz chrupek, ale także z rozbudową portfela produktowego. W I kwartale 2013 roku do dystrybucji trafiła Słomka Ptysiowa.

Opakowania marki Lajkonik, podobnie jak w przypadku opakowań chrupek kukurydzianych przeszły całkowitą metamorfozę – począwszy od liftingu logotypu, aż po wszelkie detale opakowania, także te przywołującego ich małopolskie pochodzenie.

Proces dystrybucji wyrobów w nowych opakowaniach poprzedzony został szeroko zakrojonymi działaniami związanymi z wyprzedzą produktów w starych opakowaniach (tak aby przyspieszyć wejście na rynek opakowań w nowej szacie graficznej).

Odświeżona oraz rozbudowana oferta produktowa pozwoliła natomiast zainicjować rozmowy handlowe, beneficjentem których Emitent będzie w kolejnych kwartałach 2013 roku.

4. INFORMACJE NA TEMAT AKTYWNOŚCI, JAKĄ W OKRESIE OBJĘTYM RAPORTEM EMITENT



PODEJMOWAŁ W OBSZARZE ROZWOJU PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

Aktywność w obszarze rozwoju produktu

I kwartał 2013 roku upłynął pod znakiem szeroko zakrojonych prac związanych zarówno z wprowadzaniem nowych pozycji do asortymentu w obu grupach produktowych.

Kategoria chrupkek kukurydzianych rozbudowana została o linię słodką – chrupki o smaku czekoladowym, truskawkowym oraz toffi. Marka ChrupCie otrzymała także zupełnie nową konwencję słowno-graficzną, która została stworzona w oparciu o zupełnie nowe standardy, ukierunkowane na grupę docelową produktu – dzieci.

Kategoria ciastek w I kwartale 2013 roku uzupełniona została o Słomkę Ptysiową 150g. w marce Lajkonik. Ponadto opakowania produktów marki Lajkonik przeszły kompleksową metamorfozę. Inspiracją w nowym opakowaniu biszkoptów zarówno tradycyjnych, jak i krakowskich w obu wariantach smakowych było ich małopolskie pochodzenie.

Zmiana wizerunku opakowań chrupkek i biszkoptów oraz słomki ptysiowej została bardzo dobrze przyjęta przez dotychczasowych Dystrybutorów, jak również zaowocowała zainteresowaniem wśród nowych Partnerów Biznesowych.

Nowa szata graficzna produktów Emitenta.



Aktywność w obszarze rozwoju sprzedaży

Emitent w I kwartale 2013 roku otrzymał zwrotnie podpisane umowy o współpracy z wieloletnim odbiorcą sieciowym. Przedmiotem dostaw są zarówno produkty z portfela

produktowego Emitenta (chrupki, biszkopty), jak również produkty marki własnej sieci w tych kategoriach.

I kwartał 2013 roku to także okres finalizacji intensywnych działań zapoczątkowanych w IV kwartale roku minionego. Połączenie tych prac z nowymi propozycjami produktowymi zaowocowały podpisaniem kolejnych umów dystrybucyjnych, co z kolei daje gwarancję poszerzenia dystrybucji produktów na rynku polskim. Z sukcesem przeprowadzone akcje typu IN OUT w IV kwartale 2012 roku zakończone zostały podpisaniem umowy stałej współpracy na rok 2013 z dużą siecią handlową.

Rozbudowana oraz odświeżona oferta handlowa dała także możliwość inicjacji rozmów z największymi odbiorcami sieciowymi, zaliczanymi do liderów w rynku krajowym. Swoje zainteresowanie nowymi produktami potwierdziły dwie znaczące sieci handlowe. Obecnie trwa etap ustalenia strategii sprzedaży.

Emitent wzmocnił swoją pozycję także jako dostawca *private label* dla najbardziej liczących się odbiorców w kanale sieciowym. Największym zainteresowaniem w tym obszarze cieszy się pałeczka kukurydziana. Emitent będzie kontynuował także w bieżącym roku współpracę opartą na dostawach biszkoptów w markach własnych dużych sieci handlowych.

Na kolejny kwartał zaplanowane są dalsze działania marketingowo – promocyjne mające na celu budowanie i wzmocnienie wizerunku marek będących w portfolio produktowym Emitenta.

5. STANOWISKO ODNOŚNIE MOŻLIWOŚCI ZREALIZOWANIA PUBLIKOWANYCH PROGNOZ WYNIKÓW NA DANY ROK W ŚWIETLE WYNIKÓW ZAPREZENTOWANYCH W RAPORCIE KWARTALNYM

Spółka nie publikowała prognoz wyników finansowych na 2013 rok.



6. WSKAZANIE JEDNOSTEK WCHODZĄCYCH W SKŁAD GRUPY KAPITAŁOWEJ NA OSTATNI DZIEŃ OKRESU OBJĘTEGO RAPORTEM OKRESOWYM

Spółka nie tworzy grupy kapitałowej.

7. W PRZYPADKU GDY EMITENT TWORZY GRUPĘ KAPITAŁOWĄ I NIE SPORZĄDZA SKONSOLIDOWANYCH SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH – WSKAZANIE PRZYCZYN NIESPORZĄDZANIA TAKICH SPRAWOZDAŃ

Spółka nie tworzy grupy kapitałowej.

8. INFORMACJA O STRUKTURZE AKCJONARIATU EMITENTA, ZE WSKAZANIEM AKCJONARIUSZY POSIADAJĄCYCH NA DZIEŃ SPORZĄDZENIA RAPORTU, CO NAJMNIEJ 5% GŁOSÓW NA WALNYM ZGROMADZENIU

Akcjonariat Spółki na dzień sporządzenia raportu kwartalnego tj. 15 maja 2013 roku.

Akcjonariusz	Liczba akcji/liczba głosów	Procentowy udział w kapitale orz w głosach na WZ
Bożena Kołakowska	4.371.563	29,80%
Marcin Kłopociński łącznie z podmiotem powiązanym	3.017.656	20,57%

Remilno Trading&Investment LDT	3.010.855	20,53%
AQUILA INVESTMENT S.A.	1.024.000	6,98%
BIO – MED INVESTORS S.A.	830.000	5,66%
Pozostali	2.414.434	16,46%