

# EUROSNACK

**RAPORT KWARTALNY  
ZA OKRES  
OD 01.10.2011 r. DO 31.12.2011 r.**



**CHRUPCIE**

**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

## 1. INFORMACJE OGÓLNE

---

### 1.1. Dane Spółki

<b>Nazwa firmy:</b>	EUROSNACK S.A.
<b>Forma prawna:</b>	Spółka akcyjna
<b>Organ prowadzący rejestr, numer KRS</b>	0000314024
<b>Adres:</b>	ul. Gałeczki 59, 41-506 Chorzów
<b>Telefon:</b>	+48 32 245 50 58
<b>Fax:</b>	+48 32 245 50 58
<b>E-mail:</b>	<a href="mailto:biuro@eurosnack.pl">biuro@eurosnack.pl</a>
<b>www:</b>	<a href="http://www.eurosnack.pl">www.eurosnack.pl</a>
<b>NIP:</b>	627-15-54-848

## 1.2. Przedmiot działalności Spółki

Eurosnack S.A. jest jednym z wiodących producentów oraz dystrybutorów słonych przekąsek (m.in. chrupek kukurydzianych naturalnych i smakowych) a także biszkoptów. Swoje produkty oferuje pod markami własnymi: "Chrupcie" oraz "Lajkonik".

Model biznesowy Spółki opiera się na współpracy z hurtowniami oraz dużymi sieciami detalicznymi, takimi jak Tesco Polska sp. z o.o., Carrefour Polska sp. z o.o. czy też E'Leclerc.

Eurosnack S.A. działa na rynku spożywczym od 1996 roku. W 2007 roku Spółka przejęła Zakład Przemysłu Cukierniczego „Lajkonik” wraz ze wszystkimi prawami do produktów tej marki. Spółka posiada dwa zakłady produkcyjne: w Dobczycach k. Krakowa oraz w Chorzowie.

W produktowej ofercie Spółki znajdują się chrupki naturalne i smakowe, biszkopty tradycyjne i krakowskie. W produkcji Spółka korzysta z surowców od sprawdzonych i kwalifikowanych dostawców, dzięki czemu Spółka utrzymuje cenę oraz jakość produktów na stałym poziomie.

Eurosnack S.A. działa także w niszy rynkowej oferując produkty bezglutenowe, które mogą być spożywane przez osoby chore na celiakię. Szacuje się, że w Polsce jest obecnie około 380 tys. osób chorych na to schorzenie.

### 1.3. Organy Spółki

W skład zarządu EUROSNAK S.A. na dzień 31 grudnia 2011 r. wchodzi:

Imię i nazwisko	Stanowisko	Kadencja	
		Od	Do
Ewa Kawałkowska	Prezes Zarządu	19 września 2011r.	19 września 2014r.
Bartosz Wasylewicz	Członek Zarządu	19 września 2011r.	19 września 2014r.

W skład Rady Nadzorczej EUROSNAK S.A. na dzień 31 grudnia 2011 r. wchodzi:

Imię i nazwisko	Stanowisko	Kadencja	
		Od	do
Grzegorz Malawski	Przewodniczący Rady Nadzorczej	19 września 2008r.	19 września 2013r.
Patrycja Buchowicz	Wiceprzewodnicząca Rady Nadzorczej	19 września 2008r.	19 września 2013r.
Wojciech Wesoły	Członek Rady Nadzorczej	19 września 2008r.	19 września 2013r.
Krzysztof Gołyński	Członek Rady Nadzorczej	13 marca 2009r.	19 września 2013r.
Andrzej Krakówka	Członek Rady Nadzorczej	30 października 2009r.	19 września 2013r.

## 2. WYBRANE DANE FINANSOWE

### 2.1. Wybrane dane finansowe – Bilans

Bilans	Na dzień	Na dzień
	31.12.2011	31.12.2010
Kapitał Własny	1 534 633,12	1 566 578,40
Należności długoterminowe	0	0
Należności krótkoterminowe	1 099 603,96	985 985,27
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	29 014,30	7 714,34
Zobowiązania długoterminowe	371 410,79	224 445,92
Zobowiązania krótkoterminowe	2 134 985,13	1 990 476,35

### 2.2 Wybrane dane finansowe – rachunek zysków i strat

Rachunek zysków i strat	01.10.2011-	01.10.2010-	Narastająco	Narastająco
	31.12.2011	31.12.2010	01.01.2011-	01.01.2010-
			31.12.2011	31.12.2010
Przychody ze sprzedaży	1 733 728,04	1 695 281,52	7 691 457,69	6 820 430,54
Amortyzacja	44 282,37	32 474,63	160 713,41	160 254,72
Zysk / Strata ze sprzedaży	-87 405,15	-176 459,04	-37 554,92	-344 377,38
Zysk / Strata z działalności operacyjnej	-154 564,02	-283 143,46	-199 037,31	-474 702,11
Zysk / Strata brutto	-185 849,63	-361 365,68	-288 103,80	-610 173,32
Zysk/ Strata netto	-185 849,63	-359 400,18	-288 103,80	-608 207,82

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

W IV kwartale 2011 roku Emitent wypracował ponad 1,7 mln. zł przychodów ze sprzedaży, co w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku stanowi 2% wzrost. Narastająco po IV kwartałach przychody Emitenta wzrosły o blisko 13% w porównaniu do analogicznego okresu roku 2010.

W IV kwartale Emitent wygenerował stratę netto wynoszącą ponad 185 tys. zł i tym samym zmniejszył stratę w porównaniu do IV kwartału 2010 roku o 174 tys. zł

Narastająco po IV kwartałach 2011 roku strata ta wyniosła 288 tys. zł, co oznacza jej spadek o 320 tys. zł w porównaniu z analogicznym okresem roku minionego.

Ze względu na utrzymujące się wysokie ceny surowców oraz długoterminowe negocjacje roczne cen w kanale nowoczesnym, Emitent w IV kwartale podjął działania mające na celu dostosowanie wyrobu gotowego w segmencie biszkoptów do liderów rynkowych. Obciążenia kosztowe z tego tytułu wpłynęły na wynik w IV kwartale. Wspomniane działania mają służyć w przyszłości poprawie efektywności sprzedaży, wypracowaniu większej marży, a przede wszystkim zneutralizowaniu podwyżek cen surowców.

Podstawowym produktem Spółki jest chrupka kukurydziana, a szczególnym uznaniem konsumentów cieszy się chrupka o smaku orzechowym. Kaszka kukurydziana oraz miazga orzechowa używane do jej produkcji pozyskiwane są z importu. Wysoka cena dolara w tym okresie negatywnie odbiła się na wyniku Emitenta za IV kwartał.

Ponadto Emitent w IV kwartale zakupił maszyny pozwalające rozszerzyć produkcję o segment ciastek nad wdrożeniem których trwają intensywne prace.

Produkty trafią do dystrybucji na przełomie II i III kwartału 2012 roku.

Widocznym jest, iż wynik w IV kwartale został obciążony inwestycjami w rozbudowę portfolio Emitenta o dodatkową kategorię produktów.

## 4. INFORMACJE NA TEMAT AKTYWNOŚCI, JAKĄ W OKRESIE OBJĘTYM RAPORTEM EMITENT PODEJMOWAŁ W OBSZARZE ROZWOJU PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

---

### Aktywność w obszarze rozwoju produktu

Spółka kontynuuje prace związane z pozyskiwaniem surowców na alternatywnych rynkach i prowadzi ciągłą dywersyfikację bazy dostawców pozwalających na zabezpieczenie ciągłości produkcji przy zachowaniu wszelkich procedur oraz wysokich oczekiwań odbiorców i konsumentów.

Spółka widzi konieczność rozwoju własnego portfolio, w związku z czym w IV kwartale została zakupiona maszyna pozwalająca na udoskonalenie procesów produkcyjnych istniejących produktów, a także pozwoliła ona na sięgnięcie po nową kategorię w ofercie asortymentowej – ciastka kruche.

Dział Marketingowy oraz Technologiczny Emitenta we współpracy z kwalifikowanymi dostawcami usług poligraficznych opracował i przygotował do produkcji wzory opakowań zarówno do produkcji bieżącej (biszkopty), jak również na etapie końcowym są prace związane z wdrożeniem opakowań dla nowej kategorii – ciastka kruche.

### Aktywność w obszarze rozwoju sprzedaży

W IV kwartale 2011 roku Emitent nadal prowadził działania operacyjne mające na celu rozbudowę kanałów dystrybucji oraz intensywne działania marketingowe służące budowaniu świadomości marki Lajkonik oraz Chrupcie wśród Konsumentów.

Działania te zaowocowały podpisaniem umowy ze znaczącym odbiorcą w kanale handlu tradycyjnego na terenie Warszawy.

Zaawansowany etap wdrożeniowy mają również inne inicjatywy na rynku B2B ze znaczącym odbiorcą koncernowym.

Emitent w IV kwartale rozpoczął także intensywne działania w obszarze rozwoju modelu biznesowego w oparciu o dostawy do sieci handlowych produktów w markach własnych (biszkopty, chrupki)