

Raport bieżący nr 13/2010

Data sporządzenia: 2010-03-08

Skrócona nazwa emitenta : EUROMARK POLSKA S.A.

Temat: Wyniki sprzedaży osiągnięte w lutym 2010 roku

Podstawa prawna: Art. 56 ust. 1 pkt. 1 Ustawy o ofercie - informacje poufne

Treść raportu:

Zarząd "Euromark Polska" S.A. (Emitent) w nawiązaniu do polityki rozpoczętej i opisanej w raporcie bieżącym nr 3/2009 z dnia 8 kwietnia 2009 roku informuje, że skonsolidowane wyniki sprzedaży netto Grupy Kapitałowej w lutym 2010 roku wyniosły 9,074 tysięcy złotych i były niższe od osiągniętych w lutym roku ubiegłego o 36.3%. W okresie marzec 2009 - luty 2010 roku, skonsolidowane wyniki sprzedaży wyniosły 112,645 tysięcy złotych i były wyższe od osiągniętych w analogicznym okresie roku ubiegłego o 3.4%.

Wzrost ten został osiągnięty pomimo zamknięcia spółki zależnej Eurotech Leisure Ltd. w sierpniu 2009 roku. Wyjawszy wpływ jaki niosło za sobą powyższe zamknięcie, narastający wzrost wyniósłby 10.3%. Spadek miesięcznej sprzedaży na poziomie Grupy spowodowany jest głównie jednostkowymi wynikami sprzedaży, które są przedstawione i omówione poniżej.

Jednostkowe wyniki sprzedaży „Euromark Polska” S.A. w lutym 2010 roku wyniosły 8,240 tysięcy złotych i były niższe od osiągniętych w lutym roku ubiegłego o 25.0%. W okresie marzec 2009 - luty 2010 roku jednostkowe wyniki sprzedaży wyniosły 89,919 tysięcy złotych i były wyższe od osiągniętych w analogicznym okresie roku ubiegłego o 6.2%.

W poprzednim miesiącu komentarz Zarządu był następujący: „Spółka wchodzi właśnie w okres sezonowego szczytu sprzedaży i Zarząd jest przekonany, że dzięki zwiększeniu się sieci sprzedaży oraz jeśli warunki pogodowe będą zgodne ze średnią oczekiwaną o tej porze roku, to wartość sprzedaży swobodnie przekroczy poziom z zeszłego roku dla pełnego roku obrotowego Spółki, który kończy się 28 lutego 2010 roku”.

Obecnie Zarząd z przyjemnością informuje, że zimowe warunki pogodowe utrzymujące się w lutym umożliwiły Spółce osiągnięcie wzrostu rocznej sprzedaży o 6.2% w porównaniu z rokiem ubiegłym.

Spadek w skali miesiąca spowodowany jest wyłącznie opóźnioną sprzedażą produktów z kolekcji wiosennej klientom w Rosji. Na opóźnienie to wpływ miała niezwykle surowa zima panująca wówczas na terytorium Rosji. Podobna sprzedaż miała miejsce w lutym ubiegłego roku. Gdyby wyłączyć efekt tego kanału eksportowego, jednostkowe wyniki sprzedaży Spółki w lutym 2010 roku byłyby wyższe o 21.9% od tych z lutego 2009 roku.

Jednocześnie Emitent przypomina, iż pełna informacja nt. wyników finansowych osiągniętych w okresie marzec 2009 - luty 2010 zostanie zaprezentowana w raporcie okresowym za czwarty kwartał roku obrotowego 2009/2010, którego publikacja przewidziana jest na ostatnie dni kwietnia 2010 roku.