



POLTRONIC S.A.
RAPORT KWARTALNY
za okres II kwartału 2011 roku

Wrocław, 16 sierpnia 2011 r.

Spis treści

Spis treści.....	2
1. List od Zarządu	3
2. Podstawowe dane o Spółce	4
2.1. Dane rejestrowe Spółki.....	4
2.2. Przedmiot działalności Spółki.....	4
3. Wybrane dane finansowe	4
4. Komentarz Zarządu na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe.....	6
4.1. Przychody ze sprzedaży.....	6
4.2. Rentowność i wynik finansowy	7
4.3. Majątek obrotowy.....	8
4.4. Źródła finansowania	9
5. Informacja zarządu, jaką w okresie objętym raportem emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności.....	10
6. Stanowisko zarządu odnośnie poziomu realizacji prognoz wyników finansowych na rok 2011	10

1. List od Zarządu

Szanowni Państwo,

Już po raz drugi w tym roku przedstawiamy Państwu raport opisujący wyniki Spółki w kolejnym kwartale 2011 roku. Tym razem wyniki Spółki są nieco poniżej naszych oczekiwań, trafiliśmy na wyzwania, którym nie od razu udało się sprostać. Ufam, że wraz z całym kierownictwem Spółki wyciągniemy wnioski i przywrócimy Spółce jej dynamikę rozwoju.

Nasze przychody ze sprzedaży są wprawdzie o ponad 80% wyższe od przychodów w analogicznym kwartale ubiegłego roku, ale nie odnotowaliśmy wzrostu w stosunku do ubiegłego kwartału. Zmiany na rynku, utrata kilku wartościowych pracowników oraz popełnione błędy spowodowały obserwowane spowolnienie. Cieszy nas jednak ciągły wzrost w segmencie źródeł energii i utrzymanie pozycji wiodącego importera i dystrybutora źródeł światła LED – grup towarowych, które świadomie wybraliśmy i rozwijamy.

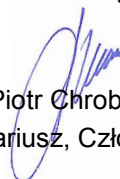
Zdecydowaliśmy się lepiej wykorzystywać naszą przewagę konkurencyjną, jaką jest stała obecność w Chinach. Inwestujemy w relacje z dostawcami, standaryzujemy i podpisujemy umowy handlowe, wprowadzamy standardy jakości. Jestem przekonany, że działania te przyczynią się do poprawienia atrakcyjności naszej oferty i warunków dostaw. Proces ten jest mi szczególnie bliski, gdyż prawie połowę mojego czasu spędzam w Chinach nadzorując go osobiście.

Również po stronie sprzedaży czeka nas wiele zmian. Okres ostatnich kilkunastu miesięcy, kiedy prawie potroiliśmy naszą sprzedaż, wiele nas nauczył. Niektórych rzeczy musieliśmy się nauczyć na własnych błędach. Staramy się lepiej zarządzać sprzedażą, korzystając z możliwości jakie dają nam kompetencje ludzi i wsparcie technologią. Jestem zadowolony z rozwoju portfela klientów, zwłaszcza dużych i perspektywicznych, do którego dołączają kolejne podmioty, z którymi wspólnie będziemy budować nasz biznes.

Rozwój oraz zmiany w strukturze klientów i towarów wymuszają zmiany w zakresie finansowania Spółki. Rosnącemu poziomowi należności towarzyszy podwyższenie limitów faktoringu, umowy z dostawcami umożliwią korzystanie z kredytu kupieckiego, co pozwoli częściowo finansować wzrost stanu zapasów. Utrzymanie zaufania akcjonariuszy – pożyczkodawców Spółki oraz banków gwarantuje stabilność w zakresie finansowania. Naszym celem jest teraz maksymalne wykorzystanie dostępnego kapitału dla zwiększenia obrotów i rentowności.

Jako założyciel, obecnie akcjonariusz i członek Zarządu Spółki, widzę jaką drogę przeszła Spółka przez 18 miesięcy od powstania. Obserwowany rozwój jest dla mnie źródłem przekonania, że jesteśmy dopiero na początku drogi i wiele sukcesów jeszcze przed nami. Ufam, że wspólnie z innymi akcjonariuszami Spółki, jej pracownikami i współpracownikami, klientami i dostawcami uda się ten sukces osiągnąć.

W imieniu Zarządu Spółki,



Piotr Chrobak
Akcjonariusz, Członek Zarządu

2. Podstawowe dane o Spółce

2.1. Dane rejestrowe Spółki

Nazwa firmy:	POLTRONIC S.A.
Forma prawna:	Spółka akcyjna
Kapitał zakładowy:	3.000.000 złotych
Nr KRS	0000349566
Adres	ul. B. Krzywoustego 74, 51-166 Wrocław
Telefon	(+48 71) 725 40 48, 0801 011 198
Fax	(+48 71) 329 84 40
E-mail	biuro@poltronic.eu
www	www.poltronic.eu
NIP	895-196-27-48

Spółka Poltronic S.A. została utworzona aktem notarialnym z dnia 23 grudnia 2009 roku. Działalność operacyjną rozpoczęła w dniu 04 stycznia 2010 roku w wyniku wniesienia zorganizowanej części przedsiębiorstwa spółki Poltronic Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu (obecnie Sino Investment sp. z o.o. w likwidacji). Rok 2011 jest drugim rokiem działalności Spółki, pierwszy rok obrotowy obejmował okres od jej utworzenia do dnia 31 grudnia 2010 roku.

2.2. Przedmiot działalności Spółki

Spółka Poltronic S.A. prowadzi działalność dystrybucyjną w branży elektronicznej i elektrotechnicznej sprzedając w Polsce i w Europie towary zakupione głównie na Dalekim Wschodzie (Chiny).

Kontakt z azjatyckimi dostawcami realizowany jest przy wsparciu podmiotu zależnego ChengDi Trade z siedzibą w Shenzhen (Chiny), który jest kontrolowany w 100% przez Spółkę. ChengDi Trade działa jako agent lub pośrednik przy zakupach importowych. Bliskie kontakty z chińskimi producentami (dostawcami) dają Spółce istotną przewagę konkurencyjną.

Asortyment towarów obejmuje artykuły elektroniczne i elektrotechniczne (w tym źródła światła, akumulatory, akcesoria AV, przewody, osprzęt elektryczny, części elektroniczne). Oprócz produktów znajdujących się w stałej ofercie, Spółka organizuje również zakupy dedykowane dla klientów, wykorzystując swój potencjał i kontakty z producentami.

Klientami spółki są zarówno dystrybutorzy prowadzący handel detaliczny i hurtowy, instalatorzy, serwisanci, jak i odbiorcy końcowi - głównie instytucjonalni. Spółka nie prowadzi punktów sprzedaży detalicznej. Dystrybucja prowadzona jest z centralnego magazynu we Wrocławiu, a w przypadku większych zamówień bezpośrednio od producenta do klienta z pominięciem magazynu.

3. Wybrane dane finansowe

Wybrane dane finansowe obejmują najważniejsze pozycje z bilansu na dzień 30 czerwca 2011 roku (koniec kwartału), z rachunku zysków i strat za okres od 01 kwietnia do 30 czerwca 2011 roku

(II kwartał) oraz narastająco od 01 stycznia do 30 czerwca 2011 roku. Wraz z danymi za II kwartał 2011 roku przedstawiono dane za analogiczny kwartał poprzedniego roku obrotowego.

Dane finansowe zostały przygotowane zgodnie z zasadami rachunkowości stosowanymi przez Spółkę, które zostały opisane w Sprawozdaniu Finansowym za 2010 rok i opublikowane w Raporcie Rocznym w dniu 11 kwietnia br. Wybrane dane finansowe przedstawiono w Tabelach 1 i 2 poniżej, w tysiącach złotych.

Tabela 1. Rachunek zysków i strat

Dane z rachunku zysków i strat [w tysiącach złotych]	II kwartał od 01.04.2010 do 30.06.2010	narastająco od 23.12.2009 do 30.06.2010	II kwartał od 01.04.2011 do 30.06.2011	narastająco od 01.01.2011 do 30.06.2011
Przychody ze sprzedaży	2 252,9	3 828,8	4 048,1	8 164,5
Wartość sprzedanych towarów	(1 297,9)	(2 282,7)	(2 736,5)	(5 477,7)
Marża handlowa	955,0	1 546,1	1 311,6	2 686,8
Koszty operacyjne	(1 010,9)	(1 801,7)	(1 343,6)	(2 581,7)
Amortyzacja	(44,3)	(68,8)	(58,8)	(114,1)
Zużycie materiałów i energii	(45,0)	(95,5)	(57,5)	(122,9)
Koszty usług obcych, wynagrodzeń wraz z narzutami	(892,2)	(1 569,5)	(1 090,3)	(2 121,5)
Pozostałe	(29,4)	(67,9)	(137,0)	(223,2)
Zysk (strata) ze sprzedaży	(55,9)	(255,6)	(32,0)	105,1
Pozostałe przychody operacyjne	16,0	58,2	32,9	63,3
Pozostałe koszty operacyjne	(37,0)	(113,7)	(30,2)	(54,7)
Zysk (strata) z działalności operacyjnej (EBIT)	(76,9)	(311,1)	(29,3)	113,7
Koszty i przychody finansowe	(102,2)	(206,4)	(159,1)	(294,6)
Zysk (strata) brutto	(179,1)	(517,5)	(188,4)	(180,9)
Podatek dochodowy	-	-	37,4	32,3
Zysk (strata) netto	(179,1)	(517,5)	(151,0)	(148,6)

Tabela 2. Wybrane dane bilansowe

Dane bilansowe [w tysiącach złotych]	stan na dzień	
	30.06.2010 r.	30.06.2011 r.
Aktywa trwałe	2 530,8	2 741,6
Wartości niematerialne i prawne	1 698,8	1 667,0
Rzeczowe aktywa trwałe	515,6	577,2
Finansowe aktywa trwałe	302,4	380,7
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	14,0	116,7
Aktywa obrotowe	3 466,3	7 125,5
Zapasy	2 318,2	4 187,2
Należności krótkoterminowe	991,9	2 749,2
Środki pieniężne	102,3	76,6
Rozliczenia międzyokresowe	53,9	112,5
AKTYWA RAZEM	5 997,1	9 867,1
Kapitał własny	2 209,8	3 386,0
Kapitał podstawowy	2 727,3	3 000,0
Kapitały zapasowe i rezerwowe	-	534,6
Niepodzielony zysk (niepokryta strata)	-	-
Zysk (strata) netto	(517,5)	(148,6)
Rezerwy i zobowiązania	3 787,3	6 481,1
Rezerwy i zobowiązania długoterminowe	1 630,2	1 579,5
Zobowiązania krótkoterminowe	2 143,2	4 895,9
Rozliczenia międzyokresowe	13,9	5,7
PASYWA RAZEM	5 997,1	9 867,1

4. Komentarz Zarządu na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe

4.1. Przychody ze sprzedaży

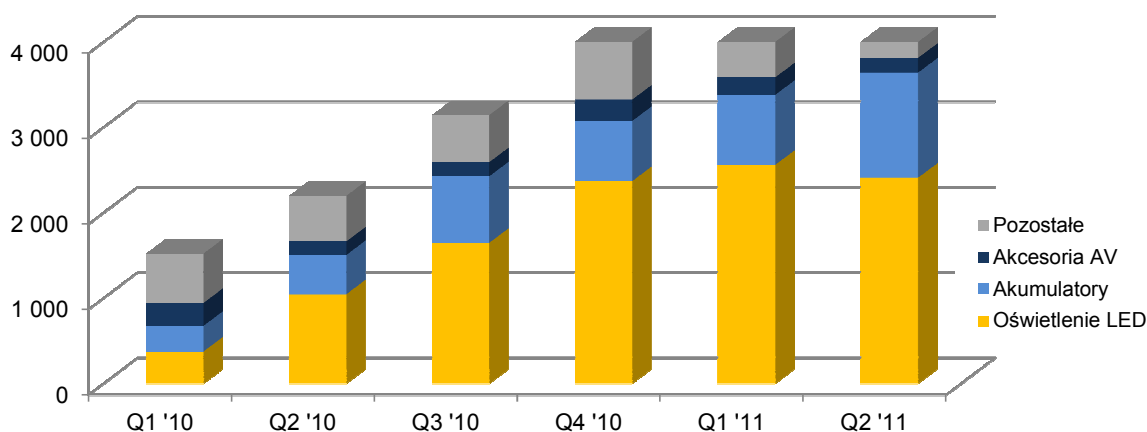
Osiągnięty poziom przychodów ze sprzedaży w II kwartale br. na poziomie 4 048,1 tysięcy złotych stanowi wzrost w stosunku do II kwartału ubiegłego roku o prawie 80% oraz utrzymanie poziomu (brak wzrostu) w stosunku do ostatniego kwartału 2010 i pierwszego kwartału 2011 roku.

Do czynników wpływających niekorzystnie na poziom sprzedaży można zaliczyć (i) znaczący wzrost konkurencji na rynku oświetlenia LED, (ii) zwiększoną rotację pracowników w dziale sprzedaży Spółki oraz (iii) malejącą sprzedaż artykułów serwisowych i części elektronicznych.

Struktura sprzedaży - produkty

Poniżej przedstawiono strukturę przychodów w podziale na najważniejsze grupy produktowe Spółki.

Struktura sprzedaży wg. produktów



W II kwartale 2011 roku w strukturze sprzedaży dominowały dwie grupy produktowe: Oświetlenie LED (głównie taśmy LED, żarówki i zasilacze) – 60% przychodów oraz akumulatory – 31% przychodów. Pozostałe grupy towarowe stanowiły łącznie 9% przychodów, co stanowi najmniejszy udział od początku istnienia Spółki. Koncentracja na wybranych grupach produktowych jest częścią realizowanej strategii Spółki.

W segmencie akumulatorów (wraz z akcesoriami) wyniki sprzedażowe są zadowalające, Spółka pozyskała nowych klientów, przychody wzrosły w stosunku do poprzedniego kwartału o 50% (o 168% w stosunku do II kwartału 2010 roku).

W segmencie oświetlenia LED, od początku 2011 roku znacząco wzrosła konkurencja na rynku krajowym, zwłaszcza w zakresie najprostszych produktów (taśmy i żarówki LED), ceny spadły o około 30%. Zmiany cen, utrata części pracowników oraz wysoki stan magazynu na początku II kwartału zbudowany jeszcze po wyższych cenach spowodowały spadek obrotów i pogorszenie rentowności w zakresie produktów LED. Wprowadzone promocje cenowe pozwoliły na utrzymanie sprzedaży na wysokości zbliżonej (spadek o 6%) do pierwszego kwartału br.

Renegocjacja umów z dostawcami, znacząca zmiana cen zakupu oraz wprowadzenie nowych produktów powinny zdecydowanie korzystnie wpłynąć na przychody w tym segmencie na przełomie III i IV kwartału br.

Struktura sprzedaży – klienci i rynki

Poniżej przedstawiono strukturę przychodów w podziale na sprzedaż krajową i eksportową.

Tabela 3. **Struktura przychodów w podziale na rynki**

Przychody ze sprzedaży (w tys. złotych)	II kwartał 2010		Rok 2010		I kwartał 2011		II kwartał 2011	
	Wartość	Procent	Wartość	Procent	Wartość	Procent	Wartość	Procent
Sprzedaż towarów - Kraj	1 809,5	80%	8 479,2	76%	2 901,1	76%	2 801,7	69%
Sprzedaż towarów - Eksport	363,5	16%	2 143,2	19%	993,3	19%	851,2	21%
Inne przychody	79,9	4%	508,4	5%	222,0	5%	395,2	10%
Razem	2 252,9	100%	11 130,6	100%	4 116,4	100%	4 048,1	100%

Podobnie jak w poprzednim kwartale, największą część przychodów Spółka realizuje na rynku krajowym. Klientami Spółki są głównie dystrybutorzy (hurtownie elektrotechniczne i sklepy), a także firmy usługowe (serwisanci, instalatorzy) oraz odbiorcy finalni.

Udział sprzedaży eksportowej stanowi około 20% sprzedaży towarów, podobnie jak w poprzednim kwartale br. Wartość sprzedaży na rynku eksportowym w stosunku do II kwartału 2010 roku wzrosła o ponad dwukrotnie (przyrost o 130%). Sprzedaż eksportowa realizowana jest głównie do stosunkowo blisko położonych krajów Unii Europejskiej (Niemcy, Holandia, Czechy, Słowacja i Łotwa).

4.2. Rentowność i wynik finansowy

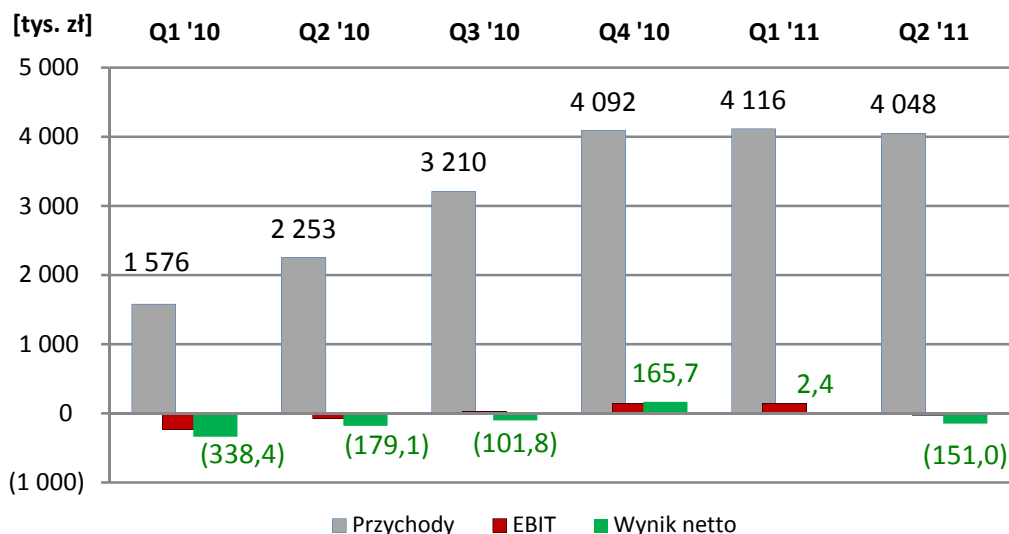
Opisane wyżej czynniki wpływające na obniżenie przychodów (brak wzrostu) spowodowały czasowe pogorszenie się rentowności operacyjnej Spółki.

Mimo wyżej opisanych, niekorzystnych zmian na rynku, poziom marży handlowej zmniejszył się tylko o jeden punkt procentowy w stosunku do poprzedniego kwartału do poziomu 32,4%. W stosunku do II kwartału 2010 roku obniżenie poziomu marży handlowej jest znaczące (o 10 punktów procentowych), co jest konsekwencją stopniowej zmiany profilu klientów i asortymentu Spółki.

Obniżenie rentowności i spadek poziomu przychodów spowodowały obniżenie kwoty wygenerowanej marży handlowej (przychody minus koszt sprzedanych produktów) o 5% w stosunku do I kwartału br., co przy wzroście kosztów operacyjnych o 9% doprowadziło do pogorszenia rentowności operacyjnej i powstania straty na poziomie wyniku z działalności operacyjnej (EBIT) w wysokości 29,3 tysięcy złotych (narastająco zysk 113,7 tys. złotych).

Na kolejnej stronie przedstawiono na wykresie poziom przychodów oraz wyników Spółki w kolejnych 6 kwartałach.

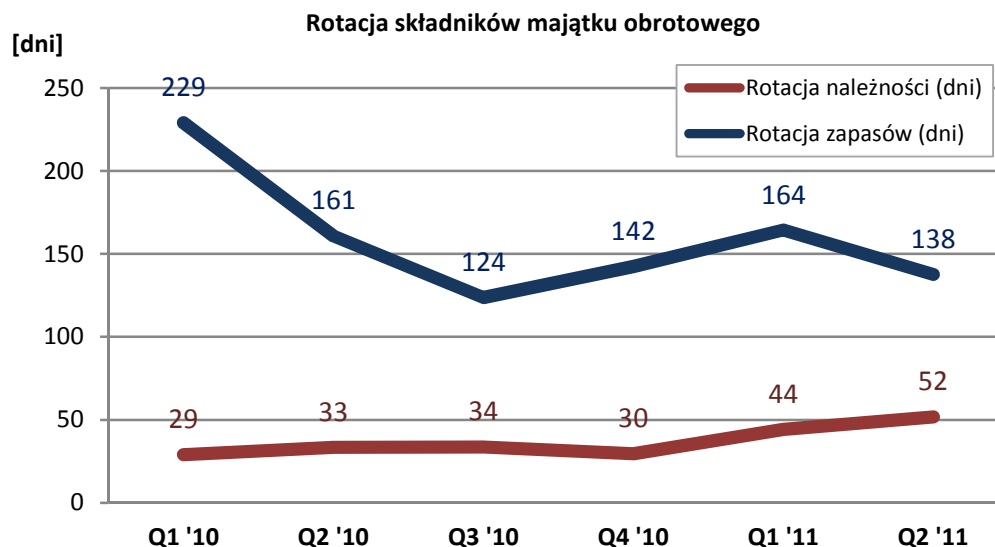
Wyniki kwartalne Spółki od Q1 2010 do Q2 2011



4.3. Majątek obrotowy

Na koniec II kwartału br. majątek obrotowy Spółki (zapasy, należności, gotówka i krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe) wynosił 7 125,5 tysiąca złotych, z czego ponad połowę stanowiły zapasy towarów. Poziom majątku obrotowego jest o 106% wyższy w stosunku do końca II kwartału 2010 roku oraz o 9% niższy niż na koniec poprzedniego kwartału.

Okresy rotacji najważniejszych składników kapitału obrotowego przedstawiono na wykresie poniżej.



Rotacja zapasów

Zarządzanie poziomem zapasów jest jednym z najważniejszych elementów zarządzania działalnością handlową Spółki. Zbyt duży stan zapasów oraz niska rotacja zapasów wpływa na pogorszenie rentowności, zbyt niska skutkuje utratą potencjalnej sprzedaży.

Dzięki koncentracji na wybranych asortymentach (akumulatory i oświetlenie LED) poziom rotacji magazynu poprawił się znacząco w stosunku do II kwartału 2010 roku. Organizowana wyprzedaż towarów zakupionych w I kwartale (głównie produkty LED) przy ograniczonych zakupach spowodowały zmniejszenie stanu magazynu o ponad 819 tys. złotych (9%) w stosunku do końca I kwartału br. oraz spadek współczynnika rotacji o ponad 20 dni.

Zdaniem Zarządu, przy aktualnie posiadanym portfelu produktów, wskaźnik rotacji magazynu powinien wynosić od 90 do 120 dni, do czego Spółka będzie dążyć w kolejnych kwartałach.

Spływ należności

Zmiana profilu klientów Spółki z małych firm handlowych i usługowych (instalatorzy i serwisanci) na dystrybutorów (hurtownie i sklepy) spowodowała zmianę przeciętnego terminu spływu należności w Spółce. W stosunku do II kwartału 2010 roku jest on o prawie 20 dni dłuższy.

Dla finansowania należności handlowych Spółka stosuje faktoring, którego maksymalny limit zadłużenia został zwiększony po zakończeniu II kwartału do poziomu 1 500 tysięcy złotych dla należności krajowych i 125 tysięcy euro dla należności zagranicznych (kraje UE).

Spółka korzysta z ubezpieczenia należności handlowych oraz wdrożyła własne procedury monitoringu płatności i windykacji, co skutkuje niskim współczynnikiem należności przeterminowanych (należności przeterminowane powyżej 30 dni stanowią na koniec II kwartału 5,9% ogółu należności). Straty Spółki z tytułu nieściągniętych należności w okresie od początku 2011 roku nie przekraczają łącznie 5 tysięcy złotych.

Zobowiązania i kredyt kupiecki

Na koniec II kwartału 2011 Spółka posiadała jedynie 250,0 tysięcy złotych zobowiązań z tytułu zakupu towarów z importu, w stosunku do braku takich zobowiązań na koniec II kwartału 2010 roku. Brak stałego kredytu kupieckiego u zagranicznych dostawców oraz instrumentów finansujących zakup (faktoring odwrotny, akredytywy) przy rosnącej rotacji należności niekorzystnie wpływa na finansowanie kapitału obrotowego Spółki.

W stosunku do końca I kwartału br. zobowiązania krótkoterminowe zmniejszyły się o ponad 540,3 tysiąca złotych, co miało również wpływ na zmniejszenie stanu aktywów, w tym zapasów Spółki.

4.4. Źródła finansowania

Podstawowym źródłem finansowania Spółki jest kapitał, kredyty bankowe oraz pożyczki od akcjonariuszy Spółki. W okresie II kwartału Spółka nie pozyskiwała finansowania zewnętrznego w postaci kapitału, kredytów i pożyczek. Saldo kredytów bankowych zmniejszyło się o 253 tysiące złotych, do 1 644,6 tysięcy złotych (na koniec II kwartału 2010 r. - 1 496,7 tys. złotych).

Saldo pożyczek od akcjonariuszy wynosi 2 350,0 tysięcy złotych (na koniec II kwartału 2010 – 1 250,0 tysięcy złotych).

Kapitał własny na koniec II kwartału br. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego jest wyższy o 1 176,2 tysiące złotych, co jest wynikiem przeprowadzonej emisji akcji w lipcu 2010 roku i pozyskania tą drogą około 1,5 mln złotych. Różnica dotyczy kosztów pozyskania kapitału i emisji akcji (wraz z upublicznieniem Spółki) oraz wygenerowanej straty netto.

5. Informacja zarządu, jaką w okresie objętym raportem emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności

Umowy handlowe z klientami

Na koniec II kwartału br. Spółką była stroną kilkunastu umów handlowych z klientami w Polsce (na koniec II kwartału 2010 – 2 umowy). Zawieranie umów handlowych w miejsce niepisanych, zwyczajowych warunków pozwala stwarzać system zachęt (bonusów) do zwiększania sprzedaży i jest warunkiem koniecznym do współpracy z większymi partnerami na rynku dystrybucyjnym.

Umowy handlowe z dostawcami

W II kwartale br. Spółka wraz z podmiotem zależnym w Chinach wdrożyła nową procedurę w zakresie zawierania umów handlowych z chińskimi dostawcami. Nowa procedura obejmuje zarówno relacje handlowe z dostawcami (terminy płatności, warunki dostaw), parametry produktów, jak i warunki kontroli jakości. Pierwsze umowy handlowe zawarte według nowych standardów Spółka podpisała w lipcu br.

Nowa procedura ma na celu systematyczną poprawę warunków handlowych (kredyt kupiecki), zapewnienie ciągłości dostaw i stałej jakości odbieranych dostaw.

Przebudowa portfela produktów

Jak opisano w punkcie poprzednim niniejszego raportu, w okresie od II kwartału 2010 do końca II kwartału br. wystąpiły znaczące zmiany w strukturze produktów Spółki, co ma bezpośredni związek ze zwiększaniem jej przychodów. Spółka zamierza dalej zarządzać portfelem oferowanych produktów, zwiększając je o nowe pozycje oraz eliminując indeksy wolniej rotujące i nie cieszące się popytem klientów.

W zakresie produktów LED obserwuje się szybko rosnący udział żarówek i świetlówek w stosunku do taśm LED. Rośnie popyt na produkty o lepszych parametrach jakościowych (ilość światła w stosunku do ceny).

Wraz z wprowadzaniem nowych produktów, Spółka rozwija zaplecze wsparcia technicznego i sprzedażowego. Towary Spółki przechodzą badania techniczne i jakościowe (począwszy od testów realizowanych przez pracowników w Chinach), tworzona jest dokumentacja techniczna i handlowa (katalogi, karty katalogowe produktów). Inwestycje te związane są ze stopniową zmianą profilu klienta Spółki na większego, profesjonalnego i bardziej wymagającego.

6. Stanowisko zarządu odnośnie poziomu realizacji prognoz wyników finansowych na rok 2011

Prognozy wyników finansowych na rok 2011 zostały opublikowane w Dokumencie Informacyjnym sporządzonym na potrzeby wprowadzenia akcji serii A i C do obrotu na rynku NewConnect i następnie zmodyfikowane raportem bieżącym nr 7/2011.

Po przeprowadzeniu analizy wyników finansowych na koniec II kwartału br. oraz bieżących wyników sprzedaży Zarząd dokonał korekty opublikowanych prognoz obniżając prognozowany poziom przychodów i wyniku netto. Nowa prognoza została opublikowana raportem bieżącym nr 18/2011 w dniu dzisiejszym.

W tabeli poniżej przedstawiono stopień realizacji prognoz na 2011 rok po II kwartałach (w połowie roku) oraz wartość nowej prognozy po korekcie.

Tabela 4. Stopień realizacji oraz korekta prognozy wyników na 2011 rok (w tysiącach złotych)

Pozycja	Poprzednia prognoza	Wykonanie za II kwartały	Stopień realizacji	Prognoza po korekcie
Przychody ze sprzedaży	18.000	8 164,5	45%	17.000
Zysk netto	450	(148,6)	-33%	(200,0)