



ceramica
POLCOLORIT

Sprawozdanie Zarządu z działalności POLCOLORIT S.A.

w I półroczu **2015** roku

Piechowice, 31 sierpnia 2015 r.

Spis treści:

1	Wprowadzenie	4
1.1	Podstawa sporządzenia raportu oraz prezentacji danych	4
1.2	Podstawowe informacje o Polcolorit S.A.	5
1.3	Wybrane dane finansowe	7
1.4	Komentarz do kluczowych danych operacyjnych	8
1.5	Najważniejsze osiągnięcia i niepowodzenia w I półroczu 2015 r.	9
2	Analiza sytuacji finansowej Polcolorit S.A.	10
2.1	Zasady sporządzania półrocznego sprawozdania finansowego	10
2.2	Sytuacja pieniężna	11
2.3	Sytuacja majątkowa	11
2.4	Analiza wskaźnikowa	12
2.5	Sezonowość sprzedaży	13
2.6	Prognoza wyników finansowych	13
2.7	Inne informacje, które są istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Emitenta	14
2.7.1	Informacje o istotnych zmianach wielkości szacunkowych, w tym o korektach z tytułu rezerw, rezerwie i aktywach z tytułu odroczonego podatku dochodowego, dokonanych odpisach aktualizujących wartość składników aktywów	14
2.7.2	Opis czynników i zdarzeń, w szczególności o nietypowym charakterze, mających znaczący wpływ na osiągnięte przez Spółkę wyniki finansowe	14
2.7.3	Wskazanie zdarzeń, które wystąpiły po dniu, na który sporządzono skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe, nieuwjętych w tym sprawozdaniu, a mogących w znaczący sposób wpłynąć na przyszłe wyniki Spółki	14
2.8	Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych	15
3	Opis działalności Polcolorit S.A.	15
3.1	Powiązania organizacyjne i kapitałowe	15
3.1.1	Informacje o zmianach w strukturze jednostki gospodarczej	15
3.1.2	Zakłady Polcolorit S.A.	15
3.1.3	Zmiany w zarządzaniu Polcolorit S.A.	17
3.2	Opis podstawowych produktów	17
3.3	Udział poszczególnych kategorii produktowych w sprzedaży	18
3.4	Rynki zbytu i zaopatrzenia	20
3.5	Informacje o umowach znaczących dla działalności Polcolorit S.A.	23
3.5.1	Umowy handlowe	23
3.5.2	Umowy finansowe	24
3.5.3	Informacje o transakcjach z podmiotami powiązanymi	25
3.5.4	Informacje o poręczeniach i gwarancjach	25
3.6	Perspektywy działalności	25
3.6.1	Perspektywy branży i rynku	25
3.6.2	Czynniki, które będą miały wpływ na wyniki osiągane przez Polcolorit S.A. w perspektywie co najmniej kolejnego kwartału	25

3.6.3	Zarys strategii.....	26
3.7	Główne ryzyka prowadzonej działalności	28
3.7.1	Ryzyko związane ze wzrostem kosztów produkcji.....	29
3.7.2	Ryzyko związane z niepełnym wykorzystaniem mocy produkcyjnych	30
3.7.3	Ryzyko związane z dostępnością wysokiej jakości surowców.....	30
3.7.4	Ryzyko związane ze zmianami oczekiwań konsumentów.....	31
3.7.5	Ryzyko związane z niepewnością na rynkach wschodnich.....	31
3.7.6	Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną krajów strefy euro	32
3.7.7	Ryzyko związane z relacją kursu walut.....	32
3.7.8	Ryzyko związane z sytuacją na rynku kredytów hipotecznych i mieszkań	33
3.7.9	Ryzyko wzrostu konkurencji ze strony producentów płytek.....	33
3.7.10	Ryzyko wystąpienia trudności w ściąganiu wierzytelności	34
3.7.11	Ryzyko spadkowego trendu sprzedaży.....	35
3.7.12	Ryzyko niskiej płynności finansowej	35
3.7.13	Ryzyko wpływu sytuacji makroekonomicznej na działalność Spółki.	37
3.7.14	Ryzyko wzrostu konkurencji dla płytek ceramicznych ze strony innych materiałów budowlanych i wykończeniowych.....	38
3.7.15	Ryzyko utraty kluczowych pracowników	38
3.8	Informacje o postępowaniach sądowych	39
3.9	Informacja o zatrudnieniu.....	39
4	Akcje i akcjonariat.....	39
4.1	Kapitał zakładowy Spółki	39
4.2	Informacje o znaczących akcjonariuszach	40
4.3	Akcje i uprawnienia do nich w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących	40
5	Organy Spółki.....	41
5.1	Zarząd.....	41
5.2	Rada Nadzorcza	41
6	Podpisy osób zatwierdzających	42
7	Dane teleadresowe Polcolorit S.A.	42

1 Wprowadzenie

1.1 Podstawa sporządzenia raportu oraz prezentacji danych

Niniejszy raport okresowy został przygotowany zgodnie z:

- wymogami 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. z 2009 r., Nr 33 poz. 259 z późn. zm.).
- w zakresie sprawozdania finansowego za I półrocze 2015 r. zgodnie z przepisami Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej w szczególności zgodnie z Międzynarodowym Standardem Rachunkowości nr 34 oraz MSSF zatwierdzonymi przez UE, a w zakresie nieuregulowanym powyższymi standardami zgodnie z wymogami ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2002 roku, nr 76, poz. 694 z późn. zm.) i wydanych na jej podstawie przepisów wykonawczych.

Raport za I półrocze 2015 roku składa się z następujących elementów:

- Wprowadzenia zawierającego m.in. podstawowe informacje o Spółce oraz wybrane dane finansowe,
- Analizy sytuacji finansowej Polcolorit S.A.
- Opisu działalności Spółki
- Pozostałych informacji do raportu półrocznego.

Sprawozdanie finansowe obejmuje okres od dnia 1 stycznia 2015 roku do dnia 30 czerwca 2015 roku i jest sporządzone zgodnie z koncepcją kosztu historycznego, za wyjątkiem aktualizacji wyceny niektórych aktywów trwałych i instrumentów finansowych. Przy sporządzaniu sprawozdania za I półrocze 2015 roku przestrzegane były te same zasady polityki rachunkowości i metody obliczeniowe, co w ostatnim rocznym sprawozdaniu finansowym. W okresie sprawozdawczym nie miały miejsca jakiegokolwiek zmiany w zakresie polityki i zasad rachunkowości.

Niniejsze Sprawozdanie z działalności Zarządu Polcolorit S.A. zostało sporządzone na dzień 30 czerwca 2015 r., a przekazane do wiadomości publicznej w dniu 31 sierpnia 2015 roku.

1.2 Podstawowe informacje o Polcolorit S.A.

Polcolorit S.A. (dalej: „Polcolorit”, „Emitent”, „Spółka”) to najstarsza prywatna firma produkująca płytki ceramiczne w Polsce. Przedsiębiorstwo powstało w 1984 roku i od tego czasu nieprzerwanie się rozwija. Co roku poszerza się produkowany asortyment w celu sprostanienia rosnącym potrzebom naszych klientów.



Zakład usytuowany jest u podnóża Karkonoszy, przy międzynarodowej trasie E 65, wiodącej przez Jelenią Górę do Szklarskiej Poręby i dalej do granicy z Czechami.

Przedmiotem działalności Spółki jest produkcja i sprzedaż płytek ceramicznych i dekoracji. Oferta Spółki obejmuje płytki ścienne szkliwione oraz płytki podłogowe szkliwione (w tym gres szklwiony typu *porcellanato*). Do tego dochodzą dekory, listwy oraz asortyment ręcznie malowany na specjalne zamówienie klienta indywidualnego. Wyroby te produkowane są w oparciu o najnowsze światowe rozwiązania techniczne i technologiczne, dzięki czemu uzyskiwane są efekty specjalne - np. dekory oraz listwy strukturalne, efekty trójwymiarowości, zdobienie metalami szlachetnymi.



Polcolorit S.A. to przede wszystkim bogaty, wyróżniający się wyjątkowym designem asortyment płytek łazienkowych, kuchennych i podłogowych oraz pięknie zdobione dekoracje. Kolorystyka płytek oraz ich niepowtarzalne wzornictwo, nadają naszym kolekcjom ponadczasowy charakter. Produkty sygnowane marką MARCONI swoim wzornictwem i jakością dorównują najlepszym ceramikom włoskim.



Płytki Ceramiki MARCONI są pozycjonowane, jako należące do wysokiego segmentu konsumenckiego i spełniają oczekiwania klientów zarówno z sektora budowlanego, jaki i odbiorców indywidualnych.



Płytki podłogowe i ścienne przeznaczone do stosowania wewnątrz budynków produkowane są w technologii monowypału: na uprzednio zaprasowaną płytkę nakłada się szkliwo oraz pasty techniką sitodruku rotacyjnego. W tej technologii otrzymuje się płytki ze szkliwem matowym, transparentnym lub błyszczącym o intensywnej, bogatej kolorystyce.

Spółka została utworzona na podstawie aktu notarialnego z dnia 24 maja 2004 r. na skutek przekształcenia w trybie art. 551 i następnych KSH Przedsiębiorstwa Zagranicznego Polcolorit Sp. z o. o. w spółkę akcyjną. Spółka została wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 31

maja 2004 r. pod numerem KRS 0000209059. Od dnia 9 grudnia 2004 r. Polcolorit, notowany jest na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. w ramach sektora przemysłu budowlanego.

1.3 Wybrane dane finansowe

Wybrane dane finansowe	w tys. zł		w tys. EUR	
	01.01.2015 – 30.06.2015	01.01.2014 – 30.06.2014	01.01.2015 – 30.06.2015	01.01.2014 – 30.06.2014
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	25 724	24 376	6 222	5 834
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	503	708	122	169
Zysk (strata) brutto	124	399	30	95
Zysk (strata) netto	61	170	15	41
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	3 002	1 467	726	351
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-284	-289	-69	-69
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-2 603	-1 221	-630	-292
Przepływy pieniężne netto razem	115	-43	28	-10
	w tys. zł		w tys. EUR	
	01.01.2015– 30.06.2015	stan na dzień 31.12.2014	01.01.2015 – 30.06.2015	stan na dzień 31.12.2014
Aktywa razem	133 562	134 077	31 843	31 456
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	36 242	36 818	8 641	8 638
Kapitał własny razem	97 320	97 259	23 202	22 818
Liczba akcji (w szt.)	17 923 186	17 923 186	17 923 186	17 923 186
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	0	0	0	0
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł./ w EUR)	5,43	5,43	1,29	1,27
Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł, w EUR)	0	0	0	0

Do przeliczenia pozycji rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych użyto kursu będącego średnią arytmetyczną kursów NBP obowiązujących na ostatni dzień poszczególnych miesięcy danego okresu.

Do przeliczania danych bilansowych użyto kursu średniego NBP na dzień bilansowy.

<u>Średni kurs EUR/PLN w okresie:</u>	<u>01.01.2015 - 30.06.2015</u>	<u>01.01.2014 - 30.06.2014</u>
-dla danych rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych	4,1341	4,1784
<u>Średni kurs EUR/PLN na dzień</u>	<u>30 czerwca 2015</u>	<u>31 grudnia 2014</u>
-dla danych bilansowych	4,1944	4,2623

1.4 Komentarz do kluczowych danych operacyjnych

W I półroczu 2015 r. w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego, **przychody ze sprzedaży netto** wzrosły o 5,53%, tj. o ok. 1,35 mln zł. Głównymi czynnikami mającymi wpływ na wzrost przychodów ze sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu w roku ubiegłym był przede wszystkim znaczny wzrost sprzedaży krajowej, która pokryła zarówno niedobory sprzedaży w eksporcie oraz zapewniła nadwyżkę w kraju. Tak duży wzrost sprzedaży krajowej jest wynikiem prowadzonej przez Spółkę strategii sprzedażowej m.in. sprzedaż kontraktowa z odbiorcami sieciowymi oraz pozyskiwanie nowych klientów hurtowych.



Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów w analizowanym okresie sprawozdawczym są wyższe od wygenerowanych kosztów porównywalnego okresu roku poprzedniego o niespełna 12%. Również ich udział w przychodach Spółki zwiększył się z 63,35% do 67,22% w analizowanym okresie. Wzrost kosztów sprzedanych produktów, towarów i materiałów w I półroczu 2015 roku ten jest szybszy od wzrostu przychodów, co doprowadziło do obniżenia się **marżowości brutto na sprzedaży** o 3,9 p.p. Spółka kompensowała ubytek sprzedaży w eksporcie, sprzedażą krajową, sieciową DIY. Sprzedaż ta jest przede wszystkim sprzedażą kontraktową, niskomarżową, jednak pod kątem płynności finansowej jest szybciej realizowana ze względu na program szybkich płatności, w którym uczestniczy Spółka. Ponadto wzrost kosztów sprzedaży i spadek marżowości brutto jest również wynikiem zmiany struktury asortymentowej w analizowanym okresie. Ograniczenie sprzedaży na rynkach wschodnich spowodowało zmniejszenie sprzedaży dekoracji, które w przypadku eksportu miały znaczący udział w sprzedaży w latach ubiegłych i na sprzedaży których osiągaliliśmy wyższe marże niż w przypadku sprzedaży tła (ścian i podłóg).



Koszty sprzedaży w I półroczu 2015 roku w stosunku do roku poprzedniego wzrosły o 2,37%, jednak ich udział w przychodach ze sprzedaży nieznacznie zmalał o 0,63 p.p.



w porównaniu z I półroczem 2014 roku. Zatem wzrost kosztów sprzedaży był wolniejszy od wzrostu przychodów, co jest postrzegane pozytywnie.

Koszty ogólnozakładowe zmalały o 3,56 % w stosunku do kosztów I półrocza 2014 r, a ich udział w przychodach netto ze sprzedaży Spółki wyniósł 11,26 %. i był mniejszy o 1,06 p.p. od analogicznego okresu roku poprzedniego.



Poza spadkiem marżowości brutto na sprzedaży w I półroczu 2015 roku, pogorszenie nastąpiło również w obrębie **marży netto na sprzedaży**- spadek o 2,2 p.p. w stosunku do I półrocza 2014 roku, osiągając wartość dodatnią na poziomie 1%.



EBIT Spółki w I półroczu 2015 roku wyniósł ok. 504 tys. zł, co oznacza spadek w porównaniu z rokiem ubiegłym o 204 tys. zł. Pochodną tych zmian są gorsze wyniki w obszarze **marży EBIT** –spadek z 3% na 2% oraz **marży EBITDA** z 11,7% na 11,1% w analizowanym okresie sprawozdawczym.



W I półroczu 2015 roku Spółka osiągnęła **zysk netto** na poziomie ok. 61 tys. zł. W porównywalnym okresie sprawozdawczym roku poprzedniego wyniki Spółki zamknęły się zyskiem netto w wysokości ok 170 tys. zł - spadek o ok. 108 tys. zł. Warto podkreślić jednak, że jest to już kolejny śródroczny okres sprawozdawczy, w którym Spółka wypracowała dodatni wynik finansowy. Spółka nieustannie pracuje nad jego wzrostem.

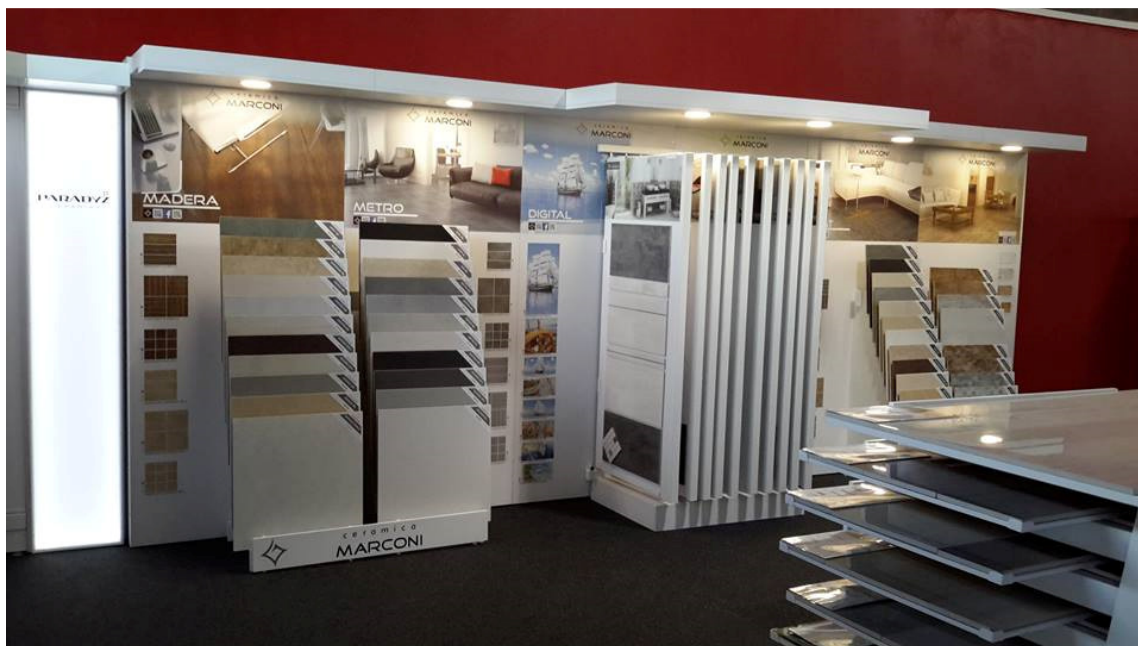


1.5 Najważniejsze osiągnięcia i niepowodzenia w I półroczu 2015 r.

Poniżej prezentujemy Państwu największe osiągnięcia oraz niepowodzenia, jakie miały miejsce w I półroczu 2015 r.

Do sukcesów Spółka możemy zaliczyć:

- Dodatni wynik netto zamykający się kwotą 61 tys. PLN,
- Wzrost przychodów netto ze sprzedaży ogółem w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego o ok. 5,5%,
- Znaczny wzrost sprzedaży na rynku krajowym o ok. 32% oraz Europy Południowej,
- Uruchomienie programu Strefa Ceramiki Marconi - nowa, modułowa forma ekspozycji zawierająca całą gamę produktów Spółki. Program dedykowany dla najbardziej prestiżowych salonów sprzedaży w Polsce i za granicą.



Do niepowodzeń Spółki w I półroczu 2015 r. zaliczyć należy:

- Brak możliwości pełnego wykorzystania mocy produkcyjnych zakładu produkcyjnego,
- Spadek sprzedaży eksportowej ogółem aż o ok. 34%
- Znacząca zmiana struktury asortymentowej sprzedaży, a w konsekwencji spadek wysokomarżowej sprzedaży dekoracji.

2 Analiza sytuacji finansowej Polcolorit S.A.

2.1 Zasady sporządzania półrocznego sprawozdania finansowego

Dane w niniejszym skróconym śródrocznym sprawozdaniu finansowym zostały podane w złotych polskich (zł), które są walutą funkcjonalną i prezentacji Spółki, po zaokrągleniu do pełnych tysięcy. Sprawozdanie finansowe zostało sporządzone w oparciu o zasadę kosztu historycznego, za wyjątkiem kapitałów własnych, które zostały przeszacowane zgodnie z MSR 29 oraz za wyjątkiem aktywów i zobowiązań wycenianych według wartości godziwej: instrumentów pochodnych, instrumentów finansowych dostępnych do sprzedaży, instrumentów finansowych wycenianych w wartości godziwej z odniesieniem wpływu na wynik finansowy.

Śródroczne skrócone sprawozdanie finansowe nie obejmuje wszystkich informacji oraz ujawnień wymaganych w rocznym sprawozdaniu finansowym i należy je czytać łącznie z rocznym

sprawozdaniem finansowym Spółki za 2014 r. obejmującym noty, za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2014 roku sporządzonym według MSSF zatwierdzonych przez UE.

Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe nie podlegało badaniu przez niezależnego biegłego rewidenta. Ostatnim sprawozdaniem finansowym, które podlegało badaniu przez niezależnego biegłego rewidenta było sprawozdanie finansowe za 2014 rok.

Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe podlegało przeglądowi. Raport z przeglądu publikowany jest wraz z raportem półrocznym za I półrocze 2015 roku.

2.2 Sytuacja pieniężna

Środki pieniężne według stanu na dzień 30 czerwca 2015 r. wynosiły 320 tys. zł, co oznacza zmniejszenie się w stosunku do analogicznego dnia roku poprzedniego, kiedy to wynosiły 566 tys. zł. Na kwotę 320 tys. zł w I półroczu 2015 składały się głównie środki zgromadzone na rachunkach bankowych złotych i walutowych.

Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej w I półroczu 2015 r. zamknęły się kwotą 3 002 tys. zł, co stanowiło wzrost w stosunku do okresu analogicznego roku ubiegłego o 1 535 tys. zł i wynikało w głównej mierze ze zmiany stanu zapasów oraz zmiany stanu zobowiązań, z wyjątkiem pożyczek i kredytów.

Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej w wyniku nabycia rzeczowych aktywów trwałych wyniosły w I półroczu 2015 roku (-) 284 tys. zł w stosunku do (-) 289 tys. zł w analogicznym okresie roku ubiegłego. Spółka dostosowuje nakłady inwestycyjne do bieżącej sytuacji i potrzeb finansowych.

Zwiększeniu o 1 382 tys. zł uległy ujemne przepływy pieniężne z działalności finansowej, które wyniosły (-) 2 603 tys. zł. W I półroczu 2015 roku Spółka zmieniła bank kredytujący. Dokonała spłaty dotychczasowych kredytów zaciągniętych w Banku Pekao S.A. oraz zaciągnęła dwa nowe kredyty (kredyt inwestycyjny oraz kredyt w rachunku bieżącym) w Banku Zachodnim WBK S.A.

2.3 Sytuacja majątkowa

Na koniec okresu sprawozdawczego aktywa Spółki wynosiły 133 562 tys. zł., w tym:

- aktywa trwałe – 96 220 tys. zł,
- aktywa obrotowe - 37 342 tys. zł.

Po stronie pasywów I półrocze 2015 zamknęło się w następujących liczbach:

- wartość kapitału własnego – 97 320 tys. zł,
- rezerwy na zobowiązania - 646 tys. zł,
- zobowiązania długoterminowe - z wyłączeniem rezerw na zobowiązania – 16 851 tys. zł,
- zobowiązania krótkoterminowe - z wyłączeniem rezerw na zobowiązania – 18 745 tys.

W ciągu I półrocza 2015 r. suma bilansowa zmniejszyła się o 515 tys. zł. W I półroczu 2015 roku wzrost aktywów obrotowych był w głównej mierze spowodowany wzrostem należności handlowych oraz rozliczeń międzyokresowych. W pasywach w wyniku nowych umów kredytowych oraz nowej strukturze kredytowania wzrostowi uległy kredyty i pożyczki długoterminowe, natomiast spadek zanotowano w pozycji kredytów i pożyczek krótkoterminowych.

2.4 Analiza wskaźnikowa

W tabeli poniżej zostały zawarte wybrane wskaźniki finansowe obrazujące sytuację Spółki w I półroczu 2015 roku w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego.

LP	WSKAŹNIK	30.06.2015	30.06.2014
1.	ZYSKOWNOŚĆ SPRZEDAŻY	1,01%	3,19%
2.	ZYSKOWNOŚĆ DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	1,91%	2,90%
3.	ZYSKOWNOŚĆ BRUTTO	0,47%	1,61%
4.	ZYSKOWNOŚĆ NETTO	0,23%	0,69%
5.	RENTOWNOŚĆ NETTO	0,23%	0,70%
6.	ZYSKOWNOŚĆ KAPITAŁU WŁASNEGO	0,06%	0,17%
7.	ZYSKOWNOŚĆ AKTYWÓW	0,05%	0,13%
8.	WSKAŹNIK PŁYNNOŚCI BIEŻĄCEJ	1,99	1,10
9.	WSKAŹNIK PŁYNNOŚCI SZYBKIEJ	0,54	0,41
10.	ROTACJA ZAPASÓW W DNIACH	154,50	129,37
11.	ROTACJA NALEŻNOŚCI W DNIACH	61,12	86,66
12.	ROTACJA ZOBOWIĄZAŃ W DNIACH	141,80	264,77
13.	ROTACJA KAPITAŁU W DNIACH	664,87	707,39
14.	ROTACJA AKTYWÓW W DNIACH	912,47	980,10
15.	UDZIAŁ KAPITAŁU WŁASNEGO W FINANSOWANIU AKTYWÓW	72,87%	72,17%

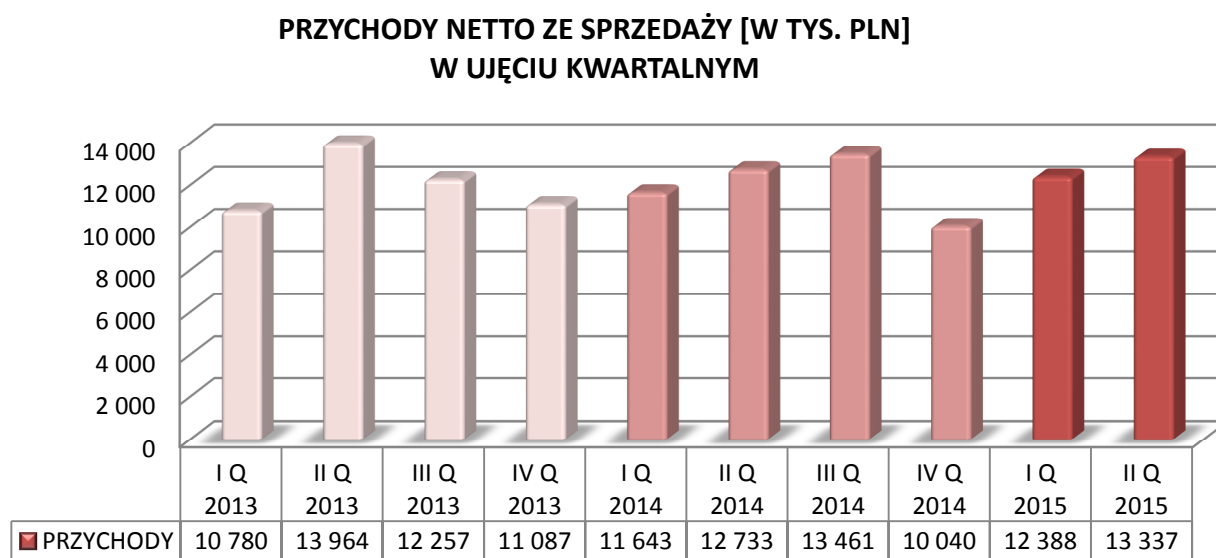
OBJAŚNIENIA DO WSKAŹNIKÓW:

- 1) zysk netto ze sprzedaży/przychody netto ze sprzedaży
- 2) zysk operacyjny/(przychody netto ze sprzedaży+ pozostałe przychody operacyjne)
- 3) zysk brutto/(przychody netto ze sprzedaży+ pozostałe przychody operacyjne+ przychody finansowe)
- 4) zysk netto/(przychody netto ze sprzedaży+ pozostałe przychody operacyjne+ przychody finansowe)
- 5) zysk netto/(koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów+ koszty sprzedaży+ koszty ogólnozakładowe+ pozostałe koszty operacyjne+ koszty finansowe)
- 6) zysk netto/kapitały własne na koniec okresu
- 7) zysk netto/aktywa ogółem na koniec okresu
- 8) aktywa obrotowe/zobowiązania krótkoterminowe
- 9) (aktywa obrotowe- zapasy ogółem-krótkookresowe rozliczenia międzyokresowe)/zobowiązania krótkoterminowe
- 10) zapasy towarów i wyrobów gotowych*180/przychody netto ze sprzedaży z działalności operacyjnej ogółem

- 11) $(\text{należności krótkoterminowe})/(\text{przychody netto ze sprzedaży} + \text{pozostałe przychody operacyjne} + \text{przychody finansowe}) * 180$
- 12) $(\text{zobowiązania krótkoterminowe})/(\text{koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów} + \text{koszty sprzedaży} + \text{koszty ogólnozakładowe} + \text{pozostałe koszty operacyjne} + \text{koszty finansowe} - \text{amortyzacja}) * 180$
- 13) $(\text{kapitały własne na koniec okresu})/(\text{przychody netto ze sprzedaży} + \text{pozostałe przychody operacyjne} + \text{przychody finansowe}) * 180$
- 14) $(\text{aktywa ogółem na koniec okresu})/(\text{przychody netto ze sprzedaży} + \text{pozostałe przychody operacyjne} + \text{przychody finansowe}) * 180$
- 15) $\text{kapitały własne na koniec okresu} / \text{aktywa ogółem na koniec okresu}$

2.5 Sezonowość sprzedaży

Cechą charakterystyczną dla branży płytek ceramicznych jest występowanie sezonowości sprzedaży, która skorelowana jest z branżą budowlaną. Osłabienie popytu występuje w sezonie jesienno-zimowym, co potwierdzają osiągnięte wyniki za rok 2012 i 2013, 2014 oraz za I półrocze 2015 r. Jak wynika z analizy danych niższe przychody ze sprzedaży przypadają na I i IV kwartał, zaś apogeum sprzedaży przypada na II i III kwartał danego roku obrotowego. Taka tendencja związana jest ściśle z warunkami atmosferycznymi, które w miesiącach zimowych uniemożliwiają niektóre prace budowlane. Poniższy wykres pokazuje również trend wzrostowy przychodów ze sprzedaży w kolejnych latach.



2.6 Prognoza wyników finansowych

Spółka nie publikowała prognoz wyników finansowych.

2.7 Inne informacje, które są istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Emitenta

W okresie sprawozdawczym poza przedstawionymi w sprawozdaniu nie wystąpiły inne informacje, które są istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, jak również mogące w istotny sposób wpłynąć na ocenę możliwości realizacji zobowiązań przez Spółkę.

2.7.1 Informacje o istotnych zmianach wielkości szacunkowych, w tym o korektach z tytułu rezerw, rezerwie i aktywach z tytułu odroczonego podatku dochodowego, dokonanych odpisach aktualizujących wartość składników aktywów

W I półroczu 2015 r. nie wystąpiły istotne zmiany wielkości szacunkowych.

Zgodnie ze strategią Polcolorit S.A. na lata 2013-2017, Zarząd realizuje program redukcji zapasów magazynowych towarów handlowych i wyrobów gotowych Polcolorit S.A. poprzez dokonanie przeceny z wykorzystaniem posiadanych rezerw w postaci odpisów aktualizujących zapasy. Upłynnienie nie wpływa na wynik finansowy spółki, gdyż w latach ubiegłych dokonywano ostrożnej wyceny wyrobów gotowych i towarów oraz tworzono rezerwę uwzględniającą spadek ich wartości. W momencie sprzedaży Spółka rozwiązuje przedmiotowe rezerwy korygując koszt własny sprzedaży o wartość zawiązywanych w poprzednich latach rezerw.

2.7.2 Opis czynników i zdarzeń, w szczególności o nietypowym charakterze, mających znaczący wpływ na osiągnięte przez Spółkę wyniki finansowe

W I półroczu 2015 r. nie wystąpiły czynniki i zdarzenia, w szczególności o nietypowym charakterze, mających znaczący wpływ na osiągnięte przez Spółkę wyniki finansowe.

2.7.3 Wskazanie zdarzeń, które wystąpiły po dniu, na który sporządzono skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe, nieuwjętych w tym sprawozdaniu, a mogących w znaczący sposób wpłynąć na przyszłe wyniki Spółki

Po dniu bilansowym nie wystąpiły zdarzenia mogące mieć wpływ na zmianę wartości danych wykazanych w śródrocznym sprawozdaniu finansowym, bądź mogących w znaczny sposób wpłynąć na przyszłe wyniki Spółki.

2.8 Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych

Do przeprowadzenia przeglądu półrocznego raportu okresowego wybrany zostało PKF Consult Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie ul. Orzycka 6 lok. 1B, który wpisany jest na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych, prowadzoną przez Krajową Izbę Biegłych Rewidentów pod nr ewidencyjnym 477 (Audytor).

Umowa pomiędzy Spółką a Audytorem dotyczy badania sprawozdania finansowego za 2015 rok obrotowy oraz przeglądu półrocznego sprawozdania finansowego za I półrocze 2015 r. i zawarta została na czas przeprowadzenia powyższych czynności.

Spółka korzystała z usług Audytora w zakresie badania rocznych sprawozdań finansowych za lata obrotowe 2011 - 2014 oraz przeglądu półrocznych sprawozdań finansowych za I półrocza lat 2011 – 2014.

3 Opis działalności Polcolorit S.A.

3.1 Powiązania organizacyjne i kapitałowe

W I półroczu 2015 r. ani na dzień sporządzenia niniejszego raportu Polcolorit nie tworzy grupy kapitałowej. Na dzień 30 czerwca 2015 roku Polcolorit S.A. posiadał udziały w Grupie Polskie Składy Budowlane S.A. z siedzibą w Busko-Zdrój. Składało się na nie 11 akcji imiennych serii A i 100 akcji imiennych serii E o łącznej wartości nominalnej 204.400,00 złotych, reprezentujący 0,69% kapitału akcyjnego.

3.1.1 Informacje o zmianach w strukturze jednostki gospodarczej

W I półroczu 2015 r. nie nastąpiły żadne istotne zmiany w strukturze Spółki.

3.1.2 Zakłady Polcolorit S.A.

Spółka posiada dwie hale produkcyjne: Marconi oraz Polcolorit.

Strategia produkcyjna Polcolorit S.A. zakłada maksymalizację wyników finansowych poprzez zmniejszenie kosztów produkcji (w obecnej sytuacji Spółki m.in. dzięki przeniesieniu działalności do jednego zakładu, a wcześniej dzięki uruchomieniu produkcji granulatu we własnym zakresie) i uniezależnienia się od dostaw podstawowego surowca do produkcji gresu. Podstawą do realizacji tych celów była budowa i uruchomienie w czerwcu 2006 r. nowego zakładu produkcyjnego (pierwotnie w strukturze spółki ówczesnie zależnej spółki - Ceramika Marconi Sp. z o.o.). Budowa

zakładu została przeprowadzona na terenie Kamiennogórskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej Małej Przedsiębiorczości (podstrefa Piechowice). Dzięki takiemu umiejscowieniu zakładu, Spółka ta może korzystać z pomocy publicznej w postaci ulgi w podatku dochodowym w wysokości 65% łącznych nakładów inwestycyjnych kwalifikujących się do objęcia pomocą w okresie do 30 listopada 2017 roku.

W zakładzie produkowane są płytki ceramiczne w nowoczesnej technologii (technologii jednokrotnego wypału tzw. monoporożie) oraz wytwarzany jest w postaci suchej granulatu. Wcześniej granulatu, podstawowy półprodukt do produkcji gresu, sprowadzany był z Niemiec.

Koszty zakupu granulatu wynosiły wówczas ok. 17% całkowitych kosztów operacyjnych. Po uruchomieniu produkcji własnego granulatu, Spółka uniezależniła się od dotychczasowego dostawcy i obniżyła koszt uzyskania granulatu o około 40% (zredukowano wysokie koszty transportu, marża dostawcy i możliwe jest ponowne wykorzystanie tzw. miękkich odpadów produkcyjnych). Dodatkowym efektem jest możliwość wpływania na skład mieszanki potrzebnej do produkcji granulatu przez co można dość elastycznie zmieniać właściwości fizyczne produkowanych płytek ceramicznych, takich jak nasiąkliwość, mrozoodporność itp.



W dniu 31 grudnia 2008 roku Sąd Rejestrowy dla Wrocławia-Fabrycznej we Wrocławiu IX Wydział Gospodarczy dla Krajowego Rejestru Sądowego dokonał wpisu połączenia spółek Polcolorit S.A.

z Ceramika Marconi Sp. z o.o. Tym samym zakład stał się bezpośrednią własnością POLCOLORIT S.A.

Polcolorit S.A. nie posiada oddziałów.

3.1.3 Zmiany w zarządzaniu Polcolorit S.A.

3.2 Opis podstawowych produktów

Przedmiotem działalności Spółki jest produkcja i sprzedaż płytek ceramicznych i dekoracji. Oferta Spółki obejmuje płytki ściennie szklone oraz płytki podłogowe szklone (w tym gres szklony typu *porcellanato*). Do tego dochodzą dekory, listwy oraz asortyment ręcznie malowany na specjalne zamówienie klienta indywidualnego.

Produkty Polcolorit S.A. można podzielić na cztery podstawowe grupy:

- **gresy,**
- **płytki łazienkowe,**
- **płytki kuchenne,**
- **dekoracje.**

W każdej grupie wyrobów występuje od kilku do kilkunastu serii płytek wyróżniających się kształtem i wzorem. Obecnie oferowanych jest ponad 50 różnych serii płytek. Spółka wprowadzając nowe kolekcje wyrobów, wycofuje serie słabo rotujące.

GRESY - w tej grupie mieszczą się płytki ceramiczne podłogowe wytwarzane w technologii jednowypalowej. Płytki gresowe produkowane są w IV klasie ścieralności. Spełniają one wszystkie normy pozwalające stosować je zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz pomieszczeń. W tej grupie mieści się większa część płytek podłogowych z kompletów łazienkowych i kuchennych o III klasie ścieralności. Płytki produkowane są głównie w rozmiarach: 30x30 cm, 33x33 cm, 15x60cm, 30x60 cm, 45x45 cm, 60x60 cm.

PŁYTKI ŁAZIENKOWE - płytki ceramiczne, przeznaczone do wykończenia łazienek zawierają zarówno płytki ściennie, jak i podłogowe. Produkowane są głównie w rozmiarach: 20x25 cm, 25x33 cm, 25x40 cm, 30x60 cm, 20x40 cm, 25x50 cm.

PŁYTKI KUCHENNE - grupa asortymentowa obejmuje płytki ceramiczne przeznaczone do wykończenia kuchni, produkowane w technologii monowypału. Płytki oferowane są w rozmiarach: 10x10 cm, 15x15 cm, 20x20 cm.

DEKORACJE - grupa wyrobów obejmująca wszystkie elementy wykończeniowe do wyżej wymienionych grup asortymentowych, takie jak: dekory, listwy, rozety, mozaiki, dekoracje cięte, itp. W 2013 roku Spółka uruchomiła, wypełniając swoją ofertę, wydział dekoracji zdobionych technologią cyfrową.

Powyższe wyroby produkowane są w oparciu o najnowsze światowe rozwiązania techniczne i technologiczne, dzięki czemu uzyskiwane są efekty specjalne - np. dekory oraz listwy strukturalne, efekty trójwymiarowości, zdobienie metalami szlachetnymi.

Produkcja wyrobów opiera się na kartach technologicznych opracowanych w Dziale Technologicznym.

Płytki podłogowe i ściennie przeznaczone do stosowania wewnątrz budynków produkowane są w technologii mono-wypału: na uprzednio zaprasowaną płytkę nakłada się szkliwo oraz pasty techniką sitodruku rotacyjnego. W tej technologii otrzymuje się płytki ze szklivem matowym, transparentnym lub błyszczącym o intensywnej, bogatej kolorystyce.

Płytki gresowe do stosowania zarówno wewnątrz jak i na zewnątrz budynków produkuje się metodą jednokrotnego wypału. W tym wypadku surową płytkę (uprzednio zaprasowaną z masy granulowanej i wysuszoną) pokrywa się szklivem i zdobi pastami barwnymi techniką sitodruku rotacyjnego, a następnie wypala w piecu. Dzięki tej metodzie otrzymuje się płytki o dużej wytrzymałości i małej nasiąkliwości - dzięki temu są one mrozoodporne.

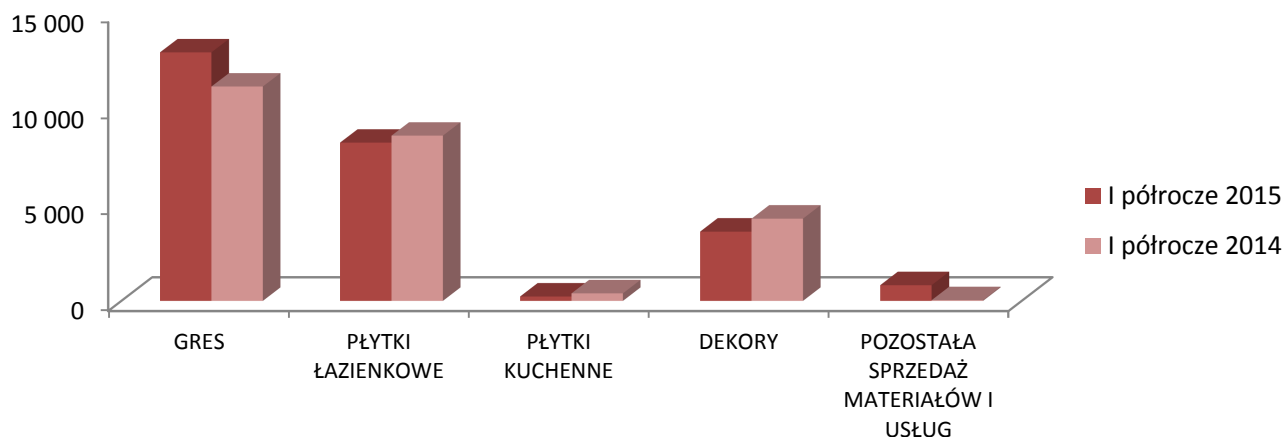
Sortowanie wyrobów jest zautomatyzowane, co pozwala na kontrolowanie jakości każdej płytki oraz dekoru.

3.3 Udział poszczególnych kategorii produktowych w sprzedaży

W I półroczu 2015 roku przychody ze sprzedaży według grup produktowych kształtowały się następująco:

Asortymentowa struktura przychodów	Okres od 01.01.2015 do 30.06.2015		Okres od 01.01.2014 do 30.06.2014	
	tys. PLN	struktura	tys. PLN	struktura
GRES	12 933	50,28%	11 164	45,80%
PŁYTKI ŁAZIENKOWE	8 205	31,90%	8 567	35,15%
PŁYTKI KUCHENNE	225	0,87%	387	1,59%
DEKORY	3 556	13,82%	4 222	17,32%
POZOSTAŁA SPRZEDAŻ MATERIAŁÓW I USŁUG	805	3,13%	36	0,15%
RAZEM	25 724	100%	24 376	100,00%

Asortymentowa struktura przychodów



W I półroczu 2015 r. w porównaniu z analogicznym okresem sprawozdawczym roku poprzedniego zanotowano znaczny wzrost sprzedaży w kategorii płytek gresowych o niespełna 16%, co wartościowo odpowiada kwocie niespełna 1,8 mln zł. Przyrost ten jest pochodną wzrostu sprzedaży krajowej i zawartymi kontraktami z klientami sieciowymi. Pozostałe kategorie asortymentowe, czyli płytki łazienkowe, kuchenne i dekoracje, uległy obniżeniu. Największy spadek nastąpił w obszarze płytek dekoracyjnych. Przychody ze sprzedaży dekoracji spadły o 15,8%, czyli o ok. 665 tys. zł, co związane jest ściśle ze zmianami technologicznymi producentów oraz preferencji zakupowych i trendów na rynku. Coraz bardziej dopracowane płytki bazowe z prostymi aplikacjami geometrycznymi m.in. kolekcja Alaska, jak również płytki doskonale imitujące rysunek i strukturę drewna i kamieni naturalnych np. kolekcja Americano, Foresta, powodują, iż dekoracja dedykowana przestaje być elementem wiodącym dla wzbogacenia płytki bazowej. Obecnie wzrastającym zainteresowaniem cieszą się również płytki przypominające swym wyglądem powierzchnie cementowo-betonowe np. kolekcja Cement, Centro, które umożliwiają kompozycje ułożeń bez udziału dekoracji. Inną przyczyną spadku sprzedaży dekoracji jest znaczne obniżenie się przychodów ze sprzedaży eksportowej, w szczególności z takich rynków jak Rosja i Ukraina, gdzie bogate zdobienia cały czas cieszą się ogromnym zainteresowaniem wśród klientów. Spadek przychodów ze sprzedaży dekoracji ma swoje odzwierciedlenie również w spadku marżowości brutto na sprzedaży, gdyż dekoracje są najbardziej rentowną kategorią produktową w Spółce.

3.4 Rynki zbytu i zaopatrzenia

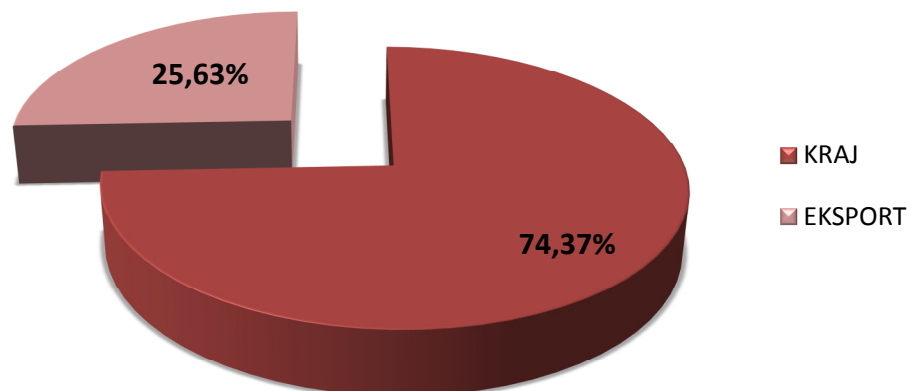
Spółka prowadzi sprzedaż zarówno na rynku krajowym jak i eksportowym. Udział poszczególnych rynków zbytu w sprzedaży ogółem po I półroczu 2015 roku przedstawia poniższa tabela.

PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	Okres od 01.01.2015 do 30.06.2015		Okres od 01.01.2014 do 30.06.2014	
	tys. PLN	struktura	tys. PLN	struktura
Sprzedaż krajowa	19 130	74,37%	14 445	59,26%
Sprzedaż eksportowa	6 594	25,63%	9 931	40,74%
RAZEM	25 724	100%	24 376	100,00%

Przychody ze sprzedaży w I półroczu 2015 roku wzrosły o ok. 5,5% w porównaniu do przychodów za ten sam okres sprawozdawczy roku ubiegłego, co jest wynikiem wzrostu przychodów krajowych, w szczególności z rynku sieciowego DIY.

Znaczny wzrost sprzedaży krajowej aż o ok. 32% z 14 445 tys. zł w I półroczu 2014 r. do 19 130 tys. zł w bieżącym okresie sprawozdawczym, pozwolił Spółce zrekompensować znaczny, ponad 33% spadek przychodów ze sprzedaży eksportowej, które zmalały o ponad 3,3 mln zł. Pomimo tak niekorzystnych zmian w eksporcie, będących w szczególności wynikiem konfliktu na Ukrainie oraz prowadzoną przez Rosję polityką międzynarodową, Spółka nieustannie poszukuje nowych rynków zbytu, które będą w stanie zapewnić wzrost przychodów z eksportu. W tym celu Polcolorit rozpoczął współpracę z agentami eksportowymi oraz prowadzi ekspansję na rynkach Europy Południowej i Zachodniej.

**Struktura przychodów netto ze sprzedaży wg rynków zbytu za okres
I-VI 2015 r.**

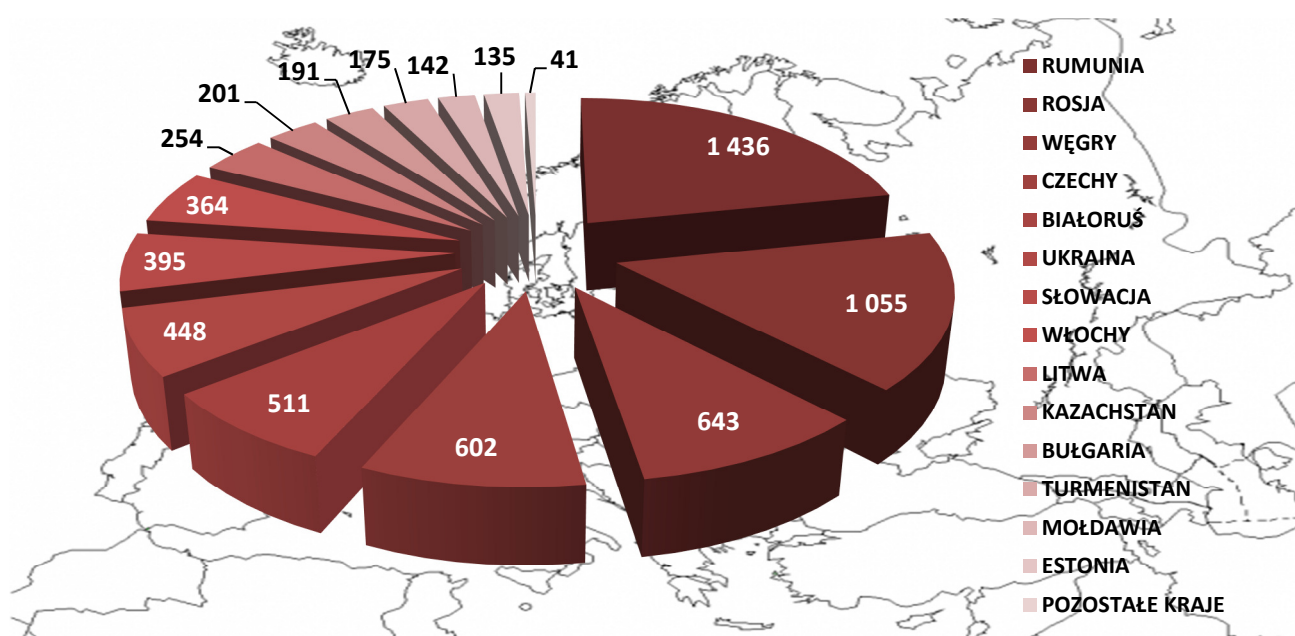


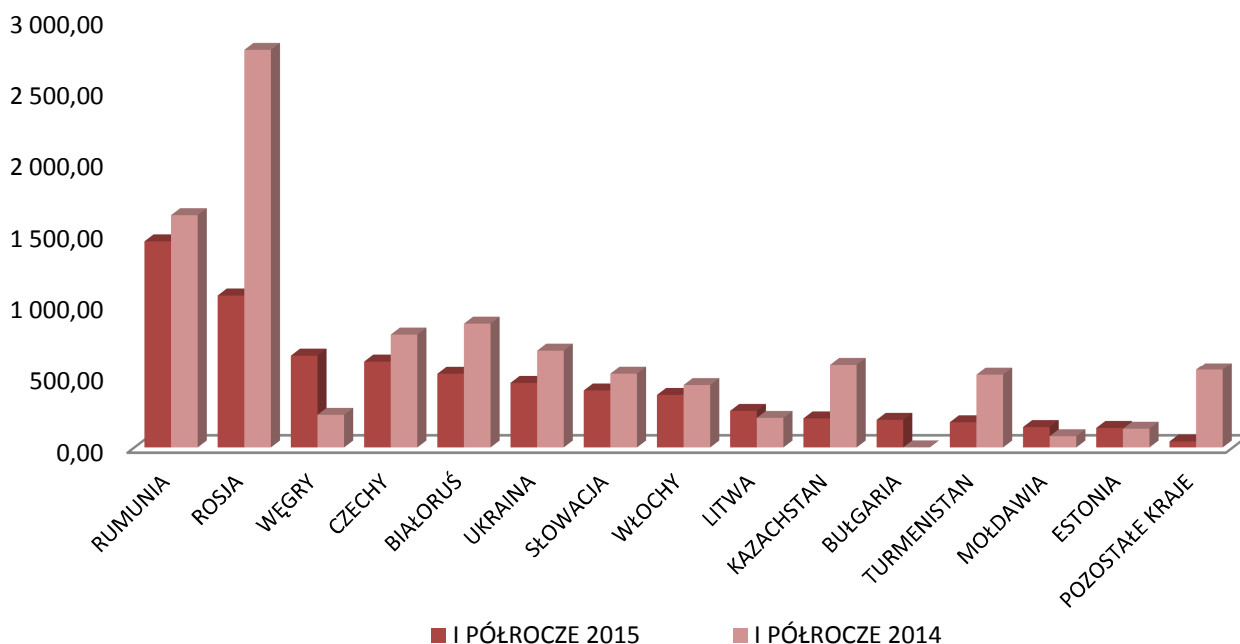
Udział w sprzedaży na poszczególnych rynkach zagranicznych, do których Spółka eksportowała swoje wyroby w I półroczu 2015 roku na tle rynku krajowego przedstawia się następująco:

RYNEK	Okres od 01.01.2015 do 30.06.2015		Okres od 01.01.2014 do 30.06.2014	
	udział wartościowy w tys. zł	UDZIAŁ %	udział wartościowy w tys. zł	UDZIAŁ %
KRAJ	19 130	74,37%	14 445	59,26%
EKSPORT, W TYM:	6 594	25,63%	9 931	40,74%
RUMUNIA	1 436	5,58%	1 618	6,64%
ROSJA	1 055	4,10%	2 778	11,40%
WĘGRY	643	2,50%	226	0,93%
CZECHY	602	2,34%	787	3,23%
BIAŁORUŚ	511	1,99%	862	3,54%
UKRAINA	448	1,74%	677	2,78%
SŁOWACJA	395	1,54%	512	2,10%
WŁOCHY	364	1,42%	433	1,78%
LITWA	254	0,99%	205	0,84%
KAZACHSTAN	201	0,78%	579	2,38%
BULGARIA	191	0,74%	0	0,00%
TURMENISTAN	175	0,68%	505	2,07%
MOŁDAWIA	142	0,55%	78	0,32%
ESTONIA	135	0,53%	130	0,53%
POZOSTAŁE KRAJE	41	0,16%	541	2,22%
RAZEM	25 724	100,00%	24 376	100,00%

*w tabeli zaprezentowano udział poszczególnych rynków w sprzedaży ogółem.

W I półroczu 2015 roku Spółka największe przychody ze sprzedaży eksportowej osiągnęła na rynku rumuńskim, a ich udział w sprzedaży Spółki stanowi niespełna 6%. W porównaniu z I półroczem 2014 roku sprzedaż ta jest jednak niższa o ok. 182 tys. zł, a ich udział w sprzedaży ogółem zmniejszył się o ok. 1 p.p. Największy spadek przychodów eksportowych Spółka odnotowała z rynku rosyjskiego. Przychody te były ponad 1,7 mln zł niższe od zrealizowanych w analogicznym okresie roku ubiegłego, kiedy to Rosja była największym partnerem handlowym Polcoloritu, a jej udział w sprzedaży stanowił ponad 11%. Obecnie jest to zaledwie ok. 4% udział w przychodach ze sprzedaży Spółki. Spadki przychodów ze sprzedaży w I półroczu 2015 r. w porównaniu z I półroczem 2014 r. miały miejsce również na takich rynkach jak: Czechy, Białoruś, Ukraina, Słowacja, Włochy, Kazachstan i Turkmenistan. Wzrost przychodów ze sprzedaży w analizowanym okresie można zaobserwować natomiast na Pribałtyce, Węgrzech, Bułgarii i Mołdawii. Udział przychodów ze sprzedaży poszczególnych krajów w sprzedaży eksportowej oraz dynamikę zmian w udziale wartościowym prezentują poniższe wykresy.





3.5 Informacje o umowach znaczących dla działalności Polcolorit S.A.

3.5.1 Umowy handlowe

Umowy znaczące kontynuowane w I półroczu 2015:

W I półroczu 2015 r. kontynuowana była umowa znacząca umowa ramowa o długoterminowej współpracy gospodarczej zawarta w dniu 16 czerwca 2003 roku pomiędzy Emitentem oraz **Castorama Polska Sp. z o.o.**

Przedmiotem umowy jest określenie ogólnych zasad sprzedaży wyrobów znajdujących się w ofercie Polcolorit S.A. oraz prowadzenia akcji marketingowych i promocyjnych. Zgodnie z umową, z tytułu zrealizowania uzgodnionego przez strony poziomu obrotów w danym roku kalendarzowym Polcolorit zobowiązany jest do przyznania ww. kontrahentowi premii pieniężnej na warunkach określonych w umowie w sprawie przyznania premii pieniężnej stanowiącej załącznik do umowy ramowej.

W I półroczu 2015 kontynuowana była również umowa zawarta w kwietniu 2012 r. pomiędzy Spółką a **Leroy – Merlin Polska Sp. z o.o.** w zakresie sprzedaży płytek ceramicznych. Na mocy powyższej umowy strony uzgodniły szczegółowe warunki współpracy w tym między innymi: zasady dostaw, rozliczeń, wielkość minimalnych zamówień. Umowa zawarta została na czas nieokreślony a jej zawarcie nastąpiło w ramach realizacji strategii optymalizacji warunków

handlowych, na jakich Spółka realizuje swoje umowy.

W pozostałym zakresie, zawarta pomiędzy stronami Umowa nie wykracza w istotny sposób poza dotychczasowe zasady dostaw produktów do sieci Leroy Merlin, jakie realizowane były na podstawie poprzedniej umowy zawartej na czas określony, której wartość nie spełniała kryterium umowy znaczącej. Opierając się na bazie dotychczas realizowanych oraz przewidywanych na przyszłość obrotów z Leroy Merlin przy założeniu, że Umowa będzie kontynuowana na opisanych powyżej zasadach i przy niezmienionych parametrach szacowana wartość umowy w okresie pięciu lat wyniosłaby ok. 20 mln zł.

Zgodnie z zapisami Umowy, realizowana ona będzie poprzez składanie przez Leroy Merlin zamówień częściowych na wybrane przez tego odbiorcę produkty, które dostarczane będą przez Polcolorit bezpośrednio do sklepów Nabywcy.

Zasady określone w Umowie obowiązują również przy dokonywaniu obrotów ze spółką Bricoman Polska Sp. z o.o. (Bricoman), podmiotu wchodzącego w skład Grupy ADEO, do której należy również Nabywca, chyba, że w tym ostatnim przypadku Spółka i Bricoman postanowią inaczej.

3.5.2 Umowy finansowe

W I półroczu 2015 r. Spółka kontynuowała rozmowy z Bankiem Pekao S.A. w zakresie przedłużenia kredytów krótkoterminowych oraz restrukturyzacji długoterminowego kredytu inwestycyjnego. W dniach 9 lutego 2015r. i 7 maja 2015 r. odbyły się rozmowy z Bankiem Pekao S.A. w przedmiocie przedłużenia terminów zapadalności opisywanego zadłużenia. Zarząd Spółki wystąpił z formalnym wnioskiem do Pekao S.A. o przedłużenie posiadanych kredytów oraz przedstawił spójny plan dla Spółki na kolejne 5 lat. Strony uzgodniły wstępne stanowiska związane z przedłużeniem kredytów, w toku uzgodnień znajdują się parametry jakie określać będą kolejny okres kredytowania Spółki przez Pekao S.A. Ostatecznie w pierwszym półroczu 2015 Spółka dokonała spłaty dotychczasowych kredytów zaciągniętych w Banku Pekao S.A.

W dniu 19 maja 2015 r. Polcolorit S.A. zawarł z Bankiem Zachodnim WBK S.A. (BZ WBK) umowę kredytu inwestycyjnego do kwoty 14 mln zł oraz umowę kredytu w rachunku bieżącym do kwoty 4 mln zł. Na mocy ww. umowy BZ WBK udzielił Spółce kredytu inwestycyjnego w wysokości do 14 mln zł z przeznaczeniem na refinansowanie kredytów odpowiednio obrotowego oraz inwestycyjnego posiadanych w Banku PEKAO S.A. przy czym wysokości finansowania wyniesie nie więcej niż łączna kwota pozostała do spłaty z tytułu kredytów w Banku PEKAO S.A. Z kolei na mocy umowy drugiego z ww. tj. kredytu w rachunku bieżącym do wysokości 4 mln zł BZ WBK udzielił Spółce finansowania z przeznaczeniem na refinansowanie udzielonego przez Bank PEKAO kredytu

w rachunku bieżącym. Kredyt został udzielony na okres 5 lat. O zawarciu umów z BZ WBK, Spółka informowała raportem bieżącym nr 3/2015 z dnia 19 maja 2015 r.

W z umowami kredytowymi zawartymi z BZ WBK w dniu 11 czerwca 2015 r. Sąd Rejonowy w Jeleniej Górze VI Wydział Ksiąg Wieczystych dokonał wpisu hipoteki umownej łącznej do wysokości 28,8 mln zł ustanowionej na nieruchomościach należących do Emitenta zlokalizowanych w Piechowicach. Hipoteka stanowi zabezpieczenie spłaty kredytów udzielonych Spółce na podstawie umów kredytowych, o których mowa powyżej. O ustanowieniu hipoteki Spółka informowała raportem bieżącym nr 6/2015 z dnia 16 czerwca 2015 r.

3.5.3 Informacje o transakcjach z podmiotami powiązanymi

W okresie sprawozdawczym ani do dnia publikacji niniejszego raportu półrocznego Spółka nie dokonywała istotnych transakcji z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe.

3.5.4 Informacje o poręczeniach i gwarancjach

W I półroczu 2015 roku Emitent nie udzielał poręczeń kredytu lub pożyczki jak również nie udzielał gwarancji – łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu, gdzie łączna wartość poręczeń lub gwarancji stanowi równowartość co najmniej 10% kapitałów własnych Spółki.

3.6 Perspektywy działalności

3.6.1 Perspektywy branży i rynku

Spółka nie spodziewa się znacznego wzrostu rynku płytek ceramicznych w Polsce w roku bieżącym, jak i w roku 2016.

Obserwujemy obecnie znaczne ożywienie w obrębie transakcji zbycia/kupna gotowych mieszkań oraz zwiększenie sprzedaży nowych mieszkań przez developerów. Wg. danych GUS zanotowano również wzrost oddanych do użytkowania mieszkań i wydanych pozwoleń na budowę. Wszystkie te dane wskazują na możliwy wzrost rynku wykończeń budowlanych, jednakże w naszej ocenie powinno to nastąpić w kolejnych latach.

3.6.2 Czynniki, które będą miały wpływ na wyniki osiągnięte przez Polcolorit S.A. w perspektywie co najmniej kolejnego kwartału

Na wyniki finansowe Spółki w kolejnych kwartałach 2015 roku istotne znaczenie będą miały zarówno czynniki zewnętrzne jak i wewnętrzne kształtujące rynki zbytu.

Wśród istotnych czynników zewnętrznych dużą rolę odgrywa sytuacja makroekonomiczna zarówno w Polsce jak i na świecie oraz koniunktura na rynku płytek ceramicznych.

Do istotnych czynników zewnętrznych należy także rozwój sytuacji na rynkach wschodnich, w szczególności na Ukrainie. Stabilizacja sytuacji pozwoli z większym spokojem patrzeć na realizację założonych celów eksportowych Spółki. Do tej pory zmniejszony popyt na rynkach wschodnich jest kompensowany wzrostem sprzedaży na rynku krajowym. Spółka dokonuje również przeniesienia ciężaru sprzedaży eksportowej na rynki Europy Południowej i Zachodniej.

Do innych **czynników zewnętrznych** zaliczyć możemy również:

- wzrost cen surowców niezbędnych do produkcji płytek,
- zmiany technologii produkcji,
- moda i zmiana gustów, zastępowanie płytek ceramicznych innymi materiałami wykończeniowymi,
- możliwość pozyskiwania kapitałów obcych.

Do **czynników wewnętrznych** istotnych dla dalszego rozwoju firmy można zaliczyć:

- możliwości wykorzystania i utrwalenia efektu wzrostu sprzedaży zarówno na rynku krajowym, jak i zagranicznym,
- zmiany w asortymencie i grupach produktowych będących podstawą przychodów Spółki,
- zwiększenie efektywności gospodarowania zasobami marketingowymi na rynku oraz
- zwiększenie efektywności nowych inwestycji marketingowych,
- działania restrukturyzacyjne prowadzone w Spółce mające na celu realizację przyjętych założeń oraz poprawę jej funkcjonowania

3.6.3 Zarys strategii

Podstawowym celem Spółki na rok 2015 jest kontynuacja pozytywnych zmian restrukturyzujących, które przyniosły w latach 2013-2014 widoczny efekt w postaci stabilizacji funkcjonowania Spółki, podniesienia efektywności prowadzonych działań oraz zwiększenia efektywności pracy wszystkich działów. W ramach powyższego przewidywana jest kontynuacja i podejmowanie następujących działań:

Obszar finansowy

- aktywna współpraca z głównym bankiem kredytującym mająca na celu wydłużenie i restrukturyzację posiadanych zobowiązań kredytowych oraz zmniejszenia obciążeń

miesięcznych z tytułu ich spłat,

- nieustanne negocjacje z dostawcami towarów i usług w celu minimalizacji kosztów,
- restrykcyjna polityka kredytowa w stosunku do odbiorców krajowych i eksportowych,
- współpraca z wywiadowcami gospodarczymi i aktywny monitoring wpływu należności,

Obszar zarządczy

- utrwalenie oraz dalsza optymalizacja zmian w strukturze organizacyjnej Spółki wprowadzająca większą efektywność,
- utrzymanie zwiększonego udziału osób zajmujących stanowiska kierownicze w procesach decyzyjnych, analitycznych oraz zwiększenie odpowiedzialności za osiągnięte wyniki przez podległe działy Spółki.

Obszar produktowy

- stała analiza posiadanego portfolio produktowego, kanałów dystrybucji, skuteczności systemu dystrybucji, poziomów cen odsprzedaży, warunków handlowych dla odbiorców,
- aktualizowanie oraz wdrażanie portfolio produktowego pod potrzeby właściwych kanałów dystrybucji z uwzględnieniem ich preferencji zakupowych,
- kontynuacja oferowania tzw. pozycji załadunkowych do grupy ekonomicznej oparte o posiadane zapasy magazynowe przeznaczone do wyprzedaży oraz nowe wzory do kontraktów ilościowych.

Obszar sprzedaży

Kraj:

- kontynuowanie zróżnicowania oferty kierowanej do kanałów dystrybucji i zwiększenie atrakcyjności konkurencyjnej produktów Spółki,
- utrzymanie realizacji budżetów przychodów w oparciu o dokonywane kontrakty roczne z największymi odbiorcami rynku,
- rozwój działu obsługi inwestycji jako stałego elementu dystrybucji produktów z dedykowanym specjalistą dla zwiększenia przychodów w tym kanale dystrybucji, w tym obsługi zapasów magazynowych i wyprzedaży.

Eksport:

- zróżnicowanie oferty kierowanej do klientów eksportowych i zwiększenie atrakcyjności konkurencyjnej produktów Spółki,
- oparcie realizacji budżetów w 2015 na założenia sprzedaży rocznej i wynikające z nich poziomy rabatów.
- Przeniesienie głównego kierunku sprzedaży eksportowej do Europy Południowej i Zachodniej.

Obszar produkcji

- kontynuacja programu inwestycyjnego na lata 2014-2017,
- kontynuacja procesów kontroli kosztów wytworzenia produktów, poprzez zmiany organizacyjne oraz zmiany wynikające z nowych umów o pracę,
- utrzymanie na wysokim poziomie kontroli jakości produkowanych wyrobów,
- utrzymanie kontroli wykonania ilości m² i szt.,
- kontynuacja zmiany surowców wykorzystywanych w procesach produkcji, poprawa jakości, zwiększenie wydajności m² i szt.
- kolejne planowane inwestycje w celu uzyskania: zwiększenia wydajności m² i szt., podniesienia jakości, zwiększenia konkurencyjności produktu, zmniejszenia kosztów wytworzenia na m² i szt.

Obszar zatrudnienia

- dalsza optymalizacja kwalifikacji zatrudnionych pracowników,
- zatrudnienie nowych pracowników i migracja stanowiskowa w celu podniesienia kompetencji i umiejętności na wrażliwych stanowiskach w obszarach produkcji i zarządzania wydziałami.

3.7 Główne ryzyka prowadzonej działalności

Wśród głównych ryzyk prowadzonej działalności na pierwsze miejsce wysuwa się w dalszym ciągu ryzyko niskiej płynności finansowej. Zważywszy, że brak płynności finansowej rozumianej, jako brak zdolności do regulowania swoich zobowiązań to najczęstszy powód upadłości przedsiębiorstw Zarząd Spółki dużą uwagę przykładą do zapewnienia Spółce bezpieczeństwa i stabilizacji finansowej.

Spółka korzysta z wielu narzędzi umożliwiających monitorowanie rzeczywistych i prognozowanych przepływów pieniężnych oraz ich ciągłą analizę. Dzięki śledzeniu terminów zapadalności należności i zobowiązań finansowych następuje ich odpowiednie dopasowanie i tym samym odpowiednie utrzymywanie sald środków pieniężnych.

Jako element działań związanych z restrukturyzacją w tym poprawą płynności Polcolorit S.A., Zarząd Spółki w dalszym ciągu przykłada dużą wagę do programu redukcji zapasów magazynowych towarów handlowych i wyrobów gotowych, który już doprowadził do znacznego obniżenia rotacji zapasów magazynowych w latach ubiegłych. Planowane akcje promocyjne i wyprzedażowe prowadzone w kolejnych miesiącach 2015 roku wpłyną na stabilizację wskaźników płynności finansowej.

Występowanie ryzyk jest naturalnym zjawiskiem mającym miejsce w różnych procesach biznesowych oraz w każdej branży. Samo występowanie ryzyk nie jest zatem czymś nienaturalnym, istotne jest natomiast, aby ryzyka były we właściwy sposób identyfikowane oraz zarządzane m.in. poprzez wyeliminowanie lub ograniczenie możliwości ich nieprzewidzianego wystąpienia. Wśród istotnych czynników ryzyka można wyróżnić te, które są niezależne od Emitenta, jak i związane bezpośrednio z jego działalnością. Kluczowe dla działalności Spółki ryzyka oraz metody zarządzania nimi opisane zostały poniżej.

3.7.1 Ryzyko związane ze wzrostem kosztów produkcji

Identyfikacja ryzyka

Spółka zużywa w procesie produkcyjnym znaczące ilości gazu ziemnego, energii elektrycznej i surowców, które stanowią kluczowe pozycje technicznego kosztu wytworzenia. Zwiększenie poziomu cen gazu, energii elektrycznej lub surowców może niekorzystnie wpłynąć na zaplanowane wyniki działalności spółki, a w dalszej konsekwencji na konieczność podwyżek cen sprzedawanych produktów. Szczególnie w przypadku gazu występuje uzależnienie od dostawcy o pozycji monopolistycznej.

Zarządzanie ryzykiem

Spółka przykłada dużą wagę do kontroli i ograniczania kosztów na poszczególnych etapach produkcji, m.in. poprzez optymalizację procesu planowania produkcji. W 2015 roku oraz w latach kolejnych Spółka w dalszym ciągu będzie podejmować działania zmierzające do zmniejszania kosztów produkcji między innymi poprzez niezbędne modyfikacje techniczne linii produkcyjnych, renegocjowanie cen z dostawcami towarów i usług, dywersyfikację dostawców oraz zwiększanie

świadomości pracowniczej eliminującej ilość odpadów produkcyjnych i dodatkowe koszty z tym związane.

3.7.2 Ryzyko związane z niepełnym wykorzystaniem mocy produkcyjnych

Identyfikacja ryzyka

Mimo zatrzymania i odwrócenia trendu spadku sprzedaży, ciągle utrzymuje się sytuacja nadwyżki mocy produkcyjnych ponad realizowany poziom sprzedaży. Powoduje to ryzyko czasowego ograniczania skali produkcji, wzrostu kosztów jednostkowych, a w ostateczności zmniejszenia marż ze sprzedaży.

Zarządzanie ryzykiem

Aby temu przeciwdziałać, realizując politykę obecności w segmencie średnim i wyższym, Spółka podobnie jak w latach ubiegłych zamierza analizować i dostosowywać produkcję i sprzedaż bieżącą do realnych możliwości wykonania w 2015 roku, z uwzględnieniem zmian prowadzonych w ofercie handlowej, wzmacniać realizacją określonych ilościowo i wartościowo w czasie stałych zamówień m.in. poprzez projekty pipe-line oraz kontraktów na dostawę produktu w uzgodnionych cenach i asortymencie.

3.7.3 Ryzyko związane z dostępnością wysokiej jakości surowców

Identyfikacja ryzyka

W procesie produkcji płytek ceramicznych spółka wykorzystuje wysokiej jakości surowce naturalne. Aby uzyskać wysoką jakość produktu wymagane są składniki o niskim poziomie zanieczyszczeń. Uzyskanie żywych kolorów wymaga zastosowania masy, która nie powoduje przebarwień szklów na powierzchniach licowych płytki. Istnieje ryzyko dostępności surowców o wymaganych parametrach jakościowych lub okresowy spadek ich jakości, a spółka może być zmuszona do zmiany stosowanych receptur.

Zarządzanie ryzykiem

Spółka zabezpiecza się przed tym ryzykiem tworząc zamiennie receptury, z wykorzystaniem właściwych zamienników oraz pracuje z alternatywnymi dostawcami nie zaprzestając stałych prób jakościowych prowadzonych m.in. we własnym laboratorium.

3.7.4 Ryzyko związane ze zmianami oczekiwań konsumentów

Identyfikacja ryzyka

Rynek płytek ceramicznych charakteryzuje się występowaniem częstych i zmiennych trendów mody, co powoduje konieczność podążania przez producentów za zmiennymi oczekiwaniami nabywców. Możliwe niedopasowanie oferowanego asortymentu do oczekiwań klientów stwarza ryzyko powstania nadmiernych zapasów lub też konieczności ich sprzedaży po niższych cenach. Ryzyko niedopasowania asortymentu do gustów nabywców rośnie wraz z poszerzeniem oferty o nowe wzory (nowości).

Zarządzanie ryzykiem

Aby ograniczyć to ryzyko spółka obserwuje występujące na rynku trendy oraz dopasowuje ofertę produktową do gustów i wymagań klientów. Odbywa się to m.in. poprzez pierwotne badanie rynku (zbieranie opinii) jak i udział w imprezach targowych, w tym głównych międzynarodowych. Jednocześnie Spółka stosuje politykę zróżnicowania kolekcji oraz dekoracji ceramicznych do bazowej płytki ceramicznej zapewniając swoim odbiorcom minimalizację ryzyka nadmiernej walki cenowej w obrębie jednej kolekcji płytek ceramicznych.

3.7.5 Ryzyko związane z niepewnością na rynkach wschodnich

Identyfikacja ryzyka

Rynki wschodnie, które nadal pozostają głównymi rynkami eksportowymi Spółki charakteryzują się niższą w porównaniu z krajami Unii Europejskiej transparentnością zasad prowadzenia działalności gospodarczej. Może to nieść ze sobą nieoczekiwane problemy natury prawnej lub finansowej wynikającej np. z kosztów spedycji. Dodatkowo, przedłużający się kryzys, może utrudniać prowadzenie działalności eksportowej przez Spółkę, a w konsekwencji mieć negatywny wpływ na osiągnięte wyniki.

Kolejnym, znaczącym elementem zwiększającym ryzyko jest trwający konflikt polityczny na Ukrainie oraz związane z tym gwałtowne zaostrzenie się sytuacji międzynarodowej i niepewność, co do dalszego rozwoju wypadków.

Zarządzanie ryzykiem

Polcolorit S.A. zarządza ryzykiem niepewności na rynkach wschodnich na wiele sposobów. Jednym ze sposobów na osiągnięcie założonych poziomów sprzedaży eksportowej jest pozyskiwanie nowych rynków zbytu na południu Europy, czemu służy organizacja magazynu w Rumunii (kraje

obsługiwane przez ten magazyn to: Rumunia, Bułgaria, Węgry, Słowenia, Mołdawia, Kosowo) oraz wzmocnienie aktywności na rynku niemieckim poprzez większą alokację zasobów.

Istotnym czynnikiem ograniczającym ryzyko na rynkach wschodnich jest ostrożna polityka kredytowania odbiorców oraz ubezpieczanie części wierzytelności.

W I półroczu 2015 r. Polcolorit S.A. kompensował ubytek sprzedaży w eksporcie, w szczególności na Wschodzie, sprzedażą w kraju w sieciach DIY. Jest to sprzedaż kontraktowa, niskomarżowa, ale płynnościowo korzystniejsza, ze względu na programy szybkich płatności, w jakich Spółka uczestniczy.

Działanie te będą kontynuowane w II półroczu 2015 r. o ile zajdzie taka potrzeba.

3.7.6 Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną krajów strefy euro

Identyfikacja ryzyka

Nadal istnieje, chociaż mniejsze niż w latach ubiegłych ryzyko wystąpienia kryzysu finansów publicznych w szczególności w krajach strefy euro. Z uwagi na bardzo ściśle powiązania gospodarki krajowej z tym obszarem gospodarczym istnieje możliwość pogorszenia koniunktury w efekcie, czego popyt na produkty Spółki może utrzymywać się na niższym od zakładanego poziomie.

Zarządzanie ryzykiem

Spółka stara się zmniejszyć to ryzyko poprzez poszerzenie i uatrakcyjnienie oferty produktowej m.in. poprzez wprowadzanie nowych kolekcji, zwiększenie popytu na wyroby Spółki m.in. poprzez liczne mitingi i imprezy targowe oraz dywersyfikację kanałów zbytu na rynkach eksportowych w szczególności poprzez aktywne poszukiwanie nowych rynków oraz takich, na których do tej pory produkty Spółki nie były obecne lub ich sprzedaż może być zwiększana (np. rynek rumuński, niemiecki i inne).

3.7.7 Ryzyko związane z relacją kursu walut

Identyfikacja ryzyka

Spółka narażona jest na ryzyko walutowe z tytułu zawieranych transakcji. Ryzyko takie powstaje w wyniku dokonywania przez jednostkę operacyjną sprzedaży lub zakupów w walutach innych niż jej waluta wyceny.

Zarządzanie ryzykiem

Około 24% zawartych przez Spółkę transakcji sprzedaży wyrażonych jest w walutach innych niż

waluta sprawozdawcza jednostki operacyjnej (PLN) dokonującej sprzedaży, podczas gdy 30% kosztów wyrażonych jest w tejże walucie sprawozdawczej. Ze względu na nominalnie wyższą wartość długu (zobowiązań handlowych w walucie obcej) od aktywów (należności handlowych w walucie obcej), dla Spółki korzystnie działa umocnienie się waluty krajowej PLN w stosunku do walut obcych. Pomimo tego, Spółka nadal przeprowadza okresowe analizy kursów walut i w przypadku niekorzystnych dla Spółki trendów jest gotowa do zawarcia transakcji zabezpieczających kursy walut.

3.7.8 Ryzyko związane z sytuacją na rynku kredytów hipotecznych i mieszkań

Identyfikacja ryzyka

Poziom sprzedaży Spółki uzależniony jest od tempa rozwoju budownictwa oraz gospodarki remontowej. Ewentualne zmniejszanie się akcji kredytowej, bądź zaostrzanie kryteriów udzielania kredytów poprzez np. zwiększanie poziomu udziału własnego, może doprowadzić do osiągnięcia niższego niż planowany poziomu sprzedaży na rynku krajowym.

Zarządzanie ryzykiem

Głównym sposobem ograniczania przez Spółkę tego ryzyka jest geograficzna dywersyfikacja sprzedaży.

3.7.9 Ryzyko wzrostu konkurencji ze strony producentów płytek

Identyfikacja ryzyka

Polski rynek płytek ceramicznych, postrzegany jest jako atrakcyjny, zarówno ze strony krajowych, jak i zagranicznych konkurentów prowadzących działalność o profilu zbliżonym do działalności Polcolorit S.A. Jednocześnie, zachodzące trendy rynkowe, w tym obserwowane zaostrzanie się walki pomiędzy krajowymi firmami o klienta, może powodować spadek cen. Można oczekiwać, że wraz ze wzrostem stopnia nasycenia rynku walka konkurencyjna pomiędzy poszczególnymi podmiotami będzie ulegała dalszemu nasileniu, co może negatywnie wpłynąć zarówno na wielkość przychodów, jak i rentowność realizowaną przez Spółkę. Ponadto zauważyć należy, że Spółka plasuje swoje produkty w średnim i wyższym segmencie rynku, gdzie tradycyjnie dominują firmy włoskie i hiszpańskie. Natomiast dla produktów ekonomicznych największe znaczenie ma rynek krajowy. Obecne spowolnienie gospodarcze spowodowało, że znaczenie rywalizacji wzrosło we wszystkich segmentach produktowych.

Zarządzanie ryzykiem

Polcolorit S.A. podejmuje działania mające na celu utrzymanie pozycji u swoich partnerów handlowych jak i poszukuje możliwości jej zwiększenia. W tym celu m.in. stale unowocześnia i modyfikuje swoją ofertę asortymentową.

Realizowana obecnie strategia działania Spółki koncentruje się na konkutowaniu poprzez oferowanie szerokiego asortymentu płytek ceramicznych o wysokiej jakości i atrakcyjnym wzornictwie w segmentach cenowych średnim i wyższym, co stanowi formę ochrony przed podmiotami konkurencyjnymi.

Sposobem na wyeliminowanie tego ryzyka jest również ekspansja na rynki, które z uwagi na uwarunkowania historyczne, geograficzne lub występujące na nich ryzyka nie są postrzegane jako atrakcyjne przez dużych konkurentów z branży.

3.7.10 Ryzyko wystąpienia trudności w ściąganiu wierzytelności

Identyfikacja ryzyka

Jednym z istotnych ryzyk działalności każdej spółki produkcyjnej jest ryzyko braku otrzymania lub otrzymania w niewłaściwym czasie świadczenia (zapłaty) za wyprodukowane i dostarczone klientowi produkty, które mogą wynikać m.in. z problemów z płynnością kontrahenta, a w skrajnych przypadkach jego upadłością.

Zarządzanie ryzykiem

W ramach zabezpieczenia ryzyka kredytu kupieckiego Spółka współpracuje z ubezpieczycielami: Korporacją Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych oraz Towarzystwem Ubezpieczeń Euler Hermes S.A.

Przedmiotem ubezpieczenia w KUKE są należności z tytułu kontraktów eksportowych, których zapłata jest realizowana w kredycie krótkoterminowym poniżej dwóch lat, z uwzględnieniem 5% udziału własnego. Ochrona obejmuje ryzyka nierynkowe tzn.:

- prawnie stwierdzoną niewypłacalność dłużnika,
- faktyczną niewypłacalność dłużnika,
- zwłokę w zapłacie powyżej 6 miesięcy,
- jednostronne zerwanie kontraktu lub odmowę zapłaty,
- uniemożliwienie transferu należności w walucie płatności w wyniku zdarzeń politycznych,
- siłę wyższą poza granicami RP – wybuch wojny, zamieszki, awarię nuklearną, pożar itp.

Przedmiotem ubezpieczenia w Towarzystwie Ubezpieczeń Euler Hermes S.A. są należności z tytułu dostaw krajowych. Ochroną ubezpieczeniową objęte są należności bezsporne. Klienci, wobec których nasze zaangażowanie nie przekracza progu ustalonego objęci są automatycznym ubezpieczeniem.

W chwili przekroczenia ustalonego odrębnie progu zaangażowania Spółka zgłasza ten fakt do ubezpieczyciela w celu nadania indywidualnego limitu. Od chwili otrzymania limitu należności klientów ubezpieczone są w pełnej wysokości. W I półroczu 2015 udział własny Spółki w ubezpieczeniu wynosił 20%, obecnie 10%. Współpraca z ubezpieczycielami pozwala Emitentowi na dostęp do bieżących informacji o sytuacji większości klientów i minimalizuje ryzyko Spółki w tym obszarze. Emitent otrzymał również narzędzia do bieżącego monitorowania odbiorców.

3.7.11 Ryzyko spadkowego trendu sprzedaży

Identyfikacja ryzyka

Utrzymywanie odpowiednio wysokiego poziomu sprzedaży jest kluczowe z punktu widzenia generowanych przepływów finansowych oraz rentowności produkcji.

Zarządzanie ryzykiem

W celu zapobieżenia powyższemu ryzyku Zarząd Spółki kontynuował w I półroczu 2015 roku dalszą ekspansję na rynku krajowym oraz poszukiwanie nowych rynków eksportowych.

Dynamiczny wzrost sprzedaży krajowej umożliwił uzyskanie wzrostu sprzedaży także w ujęciu całej Spółki. W odniesieniu do sprzedaży eksportowej w związku z sytuacją na rynkach wschodnich a w szczególności konfliktem na Ukrainie, Spółce nie udało się uzyskać satysfakcjonujących wyników w tej płaszczyźnie działalności.

3.7.12 Ryzyko niskiej płynności finansowej

Identyfikacja ryzyka

Płynność finansowa to zdolność firmy do spłacania bieżących zobowiązań (płatnych do 1 roku) oraz do dokonywania zakupów wszelkiego rodzaju towarów i usług. Od płynności zależy czy w terminie wypłacane jest wynagrodzenie pracownikom, zobowiązania dostawcom za dobra i usługi oraz czy firma jest w stanie dokonać zakupów dóbr i usług, kiedy są one potrzebne do zaspokojenia własnych potrzeb. Uważa się że płynność finansowa jest równie ważną cechą jak osiągnięty zysk przez przedsiębiorstwo. Gdy przedsiębiorstwo wykazuje zysk, ale nie ma zdolności do spłaty krótkoterminowych zobowiązań, zmuszone jest ono do ogłoszenia upadłości. Brak

płynności nie pozwala firmie dalej prosperować, gdyż brak jest środków na wywiązywanie się z umów.

Płynność finansową rozpatrujemy w dwóch aspektach:

- w ujęciu statycznym - w odniesieniu do konkretnego momentu, np. do dnia bilansowego, wykorzystując podstawowe sprawozdania finansowe: bilans, rachunek zysków i strat oraz wskaźniki płynności finansowej;
- w ujęciu dynamicznym - w odniesieniu do konkretnego okresu korzystając z rachunku przepływów pieniężnych.

Na zagadnienie płynności finansowej wpływa również kwestia finansowania dłużnego. W I półroczu 2015 r. Spółka dokonała zmiany banku kredytującego oraz struktury posiadanych kredytów. Miesięczne obciążenia z tytułu spłaty kredytów uległy obniżeniu i ich spłata nie stanowi obecnie zagrożenia dla płynności finansowej Spółki.

Zarządzanie ryzykiem

Na koniec I półrocza 2015 r. w porównaniu do danych za I półrocze 2014 podstawowe wskaźniki płynności, tj. wskaźnik płynności szybkiej oraz wskaźnik płynności bieżącej uległy nieznacznej poprawie odpowiednio z 0,41 do 0,54 i 1,1 do 1,99. Poprawa ta jest wynikiem zmiany struktury finansowania Spółki (kredyty krótko- i długoterminowe).

Rotacja zobowiązań uległa znacznej poprawie i wynosi ok. 142. Obniżeniu do ok. 665 dni uległa w I półroczu 2015 r. rotacja kapitału w dniach (707 dni w I półroczu 2014 r.), rotacja aktywów w dniach zmniejszyła się w ujęciu r/r o ok. 68 dni. Natomiast udział kapitału własnego w finansowaniu aktywów pozostał na tym samym poziomie.

Spółka ma nadzieję, iż optymistyczne prognozy makroekonomiczne na lata 2015-2017 prezentowane przez analityków wpłyną na poprawę sytuacji finansowej firmy i doprowadzą do wzrostu popytu na oferowane przez nią produkty, a tym samym wzrostu przychodów ze sprzedaży. Nie można wykluczyć jednak wystąpienia ryzyka pogorszenia lub utraty płynności finansowej w przyszłości, jeśli prezentowane prognozy oraz działania Spółki nie przyniosą oczekiwanych efektów.

Zarząd Spółki przykłada dużą wagę do poprawnej analizy czynników mogących spowodować zagrożenie utraty płynności. Ryzyko braku funduszy monitorowane jest przy pomocy narzędzia okresowego planowania płynności. Narzędzie to uwzględnia terminy wymagalności/ zapadalności zarówno inwestycji jak i aktywów finansowych (np. konta należności, pozostałych aktywów

finansowych) oraz prognozowane przepływy pieniężne z działalności operacyjnej.

Ponadto na bieżąco analizowane są zmiany cen surowców, materiałów i usług wykorzystywanych w bieżącej działalności. Spółka dywersyfikuje dostawców i prowadzi ciągłe negocjacje z obecnymi dostawcami w zakresie renegotjacji cen towarów i usług oraz wydłużenia terminów płatności tak, by dostosować płatności dostawcom do wpłat realizowanych przez odbiorców naszych wyrobów.

Dzięki znacznemu ograniczeniu ryzyka związanego z niewypłacalnością naszych klientów, głównie poprzez zawarte umowy ubezpieczeń należności zarówno krajowych jak i zagranicznych, Spółka zabezpiecza się również przed ryzykiem związanym z brakiem planowanych spływów należności i zachwianiem równowagi pomiędzy spływem należności a realizowanymi płatnościami dostawcom.

Celem Spółki jest utrzymanie równowagi pomiędzy ciągłością a elastycznością finansowania, poprzez korzystanie z rozmaitych źródeł finansowania, takich jak kredyty w rachunku bieżącym, kredyty bankowe, pożyczki, umowy leasingu finansowego oraz umowy dzierżawy. W I półroczu 2015 Spółka nadal korzystała z usługi factoringu Credit Agricole Commercial Finance Polska S.A. Umowa factoringu z przejęciem ryzyka z polisą klienta zakładała limit factoringowy dla Polcolorit S.A. w wysokości 3 mln zł przy poziomie finansowania 80 % wartości wystawionych faktur dla około 40 wyznaczonych partnerów handlowych z rynku krajowego. Głównym zabezpieczeniem umowy była cesja praw z polisy ubezpieczeniowej należności handlowych TU Euler Hermes S.A. Pozostałe warunki umowy nie odbiegały znacząco od standardów tego typów umów. Polcolorit S.A. intensywnie pracuje nad skróceniem terminów płatności klientów, co znacznie poprawi płynność finansową i skróci okres pozyskiwania środków na spłatę zobowiązań firmy.

3.7.13 Ryzyko wpływu sytuacji makroekonomicznej na działalność Spółki.

Identyfikacja ryzyka

Działalność Spółki uzależniona jest od sytuacji makroekonomicznej zarówno w Polsce, jak i innych krajach, ze szczególnym uwzględnieniem krajów Europy Środkowo-Wschodniej.

Popyt na produkty Spółki uzależniony jest od decyzji remontowych klientów, od wzrostu gospodarczego i ogólnego klimatu koniunktury w branży ogólnobudowlanej. Poprawa sytuacji makroekonomicznej będzie wpływała na wzrost popytu na produkty oferowane przez Spółkę, zaś pogorszenie wskaźników może zadziałać odwrotnie.

Zarządzanie ryzykiem

Realizowana obecnie strategia zmian w organizacji zarządzania Spółką, zmian w obszarze produkcji, w organizacji rynków zbytu, w asortymencie i grupach produktowych, wprowadzanie

nowych kolekcji, umacnianie się na istniejących rynkach poprzez reorganizację pracy przedstawicieli, rozwój sprzedaży na nowych rynkach (kraje południowej Europy oraz rynek niemiecki, holenderski) mają w założeniu przyczynić się do ograniczenia negatywnego wpływu czynników makroekonomicznych na działalność Spółki. Jednocześnie wdrażany jest program dalszego ograniczania kosztów i racjonalizowania wydatków, co stanowi kolejny element planu obrony przed negatywnymi czynnikami rynkowymi.

3.7.14 Ryzyko wzrostu konkurencji dla płytek ceramicznych ze strony innych materiałów budowlanych i wykończeniowych

Identyfikacja ryzyka

Płytki ceramiczne ścienne i podłogowe są jednym z najpopularniejszych materiałów wykończeniowych, jednakże z produktami spółki, konkurują producenci innych materiałów takich jak naturalny kamień, czy drewno. Istnieje ryzyko, że w przyszłości nowe lub istniejące materiały wykończeniowe staną się atrakcyjnym substytutem płytek ceramicznych. Sytuacja taka mogłaby negatywnie wpłynąć na poziom sprzedaży oraz wyniki spółki.

Zarządzanie ryzykiem

Spółka ocenia ww. ryzyko, jako minimalne. Jednym ze sposobów na zarządzanie tym ryzykiem jest proponowanie klientom płytek imitujących inne materiały w tym np. drewno. Przykładem może być kolekcja Foresta. Są to płytki gresowe o strukturze przypominającej deskę, produkowane w technologii nadruku cyfrowego, które zyskały duże uznanie naszych klientów i obecnie plasują się w czołówce sprzedawanych przez Spółkę kolekcji.

Obecnie wzrastającym zainteresowaniem cieszą się również płytki przypominające swym wyglądem powierzchnie cementowo-betonowe, które Spółka także posiada w swojej ofercie np. kolekcja Cement, Centro,

3.7.15 Ryzyko utraty kluczowych pracowników

Identyfikacja ryzyka

Polcolorit S.A. koncentruje się na budowie efektywnie działającego zespołu i w nim upatruje jedno z istotnych źródeł przyszłych sukcesów Spółki. Brak możliwości zatrzymania kluczowych pracowników w firmie, szczególnie w większej skali mogłoby stanowić ryzyko dla jej działalności.

Zarządzanie ryzykiem

Pozyskując z branży osoby z dużym doświadczeniem oraz kładąc szczególny nacisk na szkolenia

pracowników Zarząd dąży do budowania kompetencji. Ponadto rozważa wprowadzenie programu motywacyjnego, by ściślej związać pracowników z firmą.

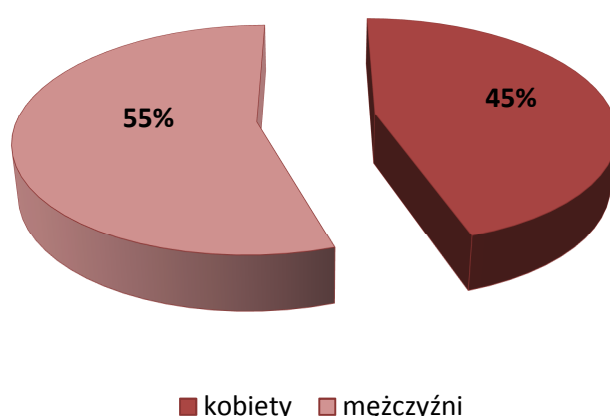
3.8 Informacje o postępowaniach sądowych

W I półroczu 2015 r. Spółka nie była stroną postępowania dotyczącego zobowiązań albo wierzytelności Spółki, których wartość stanowi co najmniej 10 % kapitałów własnych Spółki, ani dwu lub więcej postępowań dotyczących zobowiązań oraz wierzytelności, których łączna wartość stanowi odpowiednio co najmniej 10 % kapitałów własnych Spółki, toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej.

3.9 Informacja o zatrudnieniu

Na dzień 30 czerwca 2015 r., Spółka zatrudniała łącznie 158 pracowników w tym 71 kobiety i 87 mężczyzn, co oznacza nieznaczny spadek w porównaniu ze stanem na 30 czerwca 2014 r. łącznie o 2 osoby.

Według stanu na 30 czerwca 2015 r. struktura zatrudnienia przedstawia się następująco:



4 Akcje i akcjonariat

4.1 Kapitał zakładowy Spółki

Kapitał zakładowy Spółki na dzień publikacji niniejszego raportu tj. 31 sierpnia 2015 r. wynosi 17.923.186,00 zł i dzieli się na:

- **3 233 211** - akcje imiennych **serii A** o wartości nominalnej 1 zł każda,

- **14 689 975** - akcji na okaziciela **serii B** o wartości nominalnej 1 zł każda.

Akcje serii A są akcjami uprzywilejowanymi co do głosu, przy czym jedna akcja daje prawo do dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

4.2 Informacje o znaczących akcjonariuszach

Na dzień 30 czerwca 2015 r. oraz na dzień publikacji niniejszego sprawozdania tj. **na dzień 31 sierpnia 2015 r.** struktura akcjonariatu Polcolorit S.A. przedstawia się następująco:

Imię i nazwisko	Liczba posiadanych akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba przysługujących głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów
Barbara Urbaniak Marconi**	11 805 101	65,86%	15 038 312*	71,08%
Wiktor Marconi	1 842 771	10,28%	1 842 771	8,71%
Pozostali	4 275 314	23,85%	4 275 314	20,21%

*Różnica pomiędzy liczbą posiadanych akcji a liczbą głosów z nich przysługujących wynika z tego, że w ramach posiadanego pakietu akcji Pani Barbara Urbaniak Marconi posiada 3.233.211 akcji imiennych serii A, uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że z każdej akcji przysługują dwa głosy na walnym zgromadzeniu Spółki.

** Pani Barbara Urbaniak - Marconi wraz z podmiotami, co do których zgodnie z art. 87 ust. 4 pkt 1 Ustawy o ofercie (...) domniemywa się istnienie porozumienia, posiadała łącznie 13.647.872 akcji Spółki (w tym 3.233.211 akcji imiennych serii A uprzywilejowanych co do głosu) stanowiących 76,15% udziału w kapitale zakładowym Spółki oraz uprawniających do 16.881.083 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, które stanowiły 79,79% ogólnej liczby głosów w Spółce.

W okresie od dnia publikacji poprzedniego raportu kwartalnego tj. od dnia 15 maja 2015 r. nie miały miejsca zmiany w strukturze akcjonariuszy znaczących.

Jednocześnie w dniu 3 lipca 2015 r. do Spółki wpłynęło od akcjonariusza emitenta, Pani Barbary Urbaniak-Marconi zawiadomienie o zamiarze zwiększenia udziału w ogólnej liczbie głosów w Polcolorit S.A. W treści zawiadomienia Pani Barbara Urbaniak-Marconi poinformowała, że jej zamiarem jest osiągnięcie bezpośrednio do 91,29% ogólnej liczby głosów w Spółce, co odpowiada 16.080.415 akcjom Spółki, a wraz z podmiotami, z którymi łączy tę osobę domniemane porozumienie zamierza ona osiągnąć do 100% ogólnej liczby głosów w Spółce, co odpowiada 17.923.186 akcjom Spółki. W związku z powyższym w dniu 3 lipca 2015 r. Pani Barbara Urbaniak-Marconi ogłosiła wezwanie do zapisów na sprzedaż akcji Spółki.

4.3 Akcje i uprawnienia do nich w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Zgodnie z informacjami posiadanymi przez Spółkę na dzień 30 czerwca 2015 r. oraz na dzień

przekazania niniejszego raportu tj. 31 sierpnia 2015 r. Pani Barbara Urbaniak – Marconi Prezes Zarządu Spółki posiada bezpośrednio 11.805.101 akcji Spółki o łącznej wartości nominalnej 11 805 101 zł.

Przewodniczący Rady Nadzorczej Polcolorit S.A. Pan Wiktor Marconi posiada 1.842.771 akcji Spółki o łącznej wartości nominalnej 1.842.771zł.

Członek Rady Nadzorczej Spółki, Pan Łukasz Piasecki posiada 10 akcji Spółki o łącznej wartości nominalnej 10 zł.

Pozostałe osoby zarządzające i nadzorujące nie posiadają akcji Spółki oraz uprawnień do nich. Ponadto osoby zarządzające i nadzorujące nie posiadają akcji w podmiotach powiązanych.

W okresie od dnia publikacji poprzedniego raportu kwartalnego tj. od dnia 15 maja 2015 r. nie miały miejsca zmiany w statusie posiadania akcji i uprawnień do nich osób zarządzających i nadzorujących.

Pozostałe osoby zarządzające i nadzorujące nie posiadają akcji Spółki oraz uprawnień do nich. Ponadto osoby zarządzające i nadzorujące nie posiadają akcji w podmiotach powiązanych.

5 Organy Spółki

5.1 Zarząd

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania tj. na dzień 31 sierpnia 2015 r. Zarząd Emitenta prezentuje się następująco:

- Pani Barbara Urbaniak – Marconi - Prezes Zarządu,
- Pan Ireneusz Wolf - Wiceprezes Zarządu.

5.2 Rada Nadzorcza

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania tj. na dzień 31 sierpnia 2015 r. Rada Nadzorcza Polcolorit S.A. prezentuje się następująco:

- Wiktor Marconi - Przewodniczący Rady Nadzorczej,
- Paweł Gońda - Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej,
- Paweł Małkiński - Sekretarz Rady Nadzorczej,

- Łukasz Piasecki - Członek Rady Nadzorczej,
- Paweł Tomasz Wojtyczka - Członek Rady Nadzorczej.

W dniu 29 czerwca 2015 Zwyczajne Walne Zgromadzenie Polcolorit S.A. powołało w skład Rady Nadzorczej Spółki na kolejną kadencję Panów Pawła Gońdę, Pawła Małkińskiego oraz Łukasza Piaseckiego.

6 Podpisy osób zatwierdzających

Barbara Urbaniak-Marconi
Prezes Zarządu

Ireneusz Wolf
Wiceprezes Zarządu

7 Dane teleadresowe Polcolorit S.A.

Polcolorit S.A.

ul. Jeleniogórska 7
58-573 Piechowice

www.polcolorit.pl

polcolorit@polcolorit.pl