



RAPORT ZA I KWARTAŁ 2016/2017 R.
tj. za okres od 01 listopada 2016 r. do 31 stycznia 2017 r.

sporządzony dnia 17 marca 2017 roku

Raport za I kwartał 2016/2017 roku obrotowego został sporządzony zgodnie z przepisami Ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości oraz w oparciu o Załącznik Nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu „Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect”.

Spis treści

I. PODSTAWOWE INFORMACJE O EMITENCIE.....	2
II. OŚWIADCZENIE ZARZĄDU	4
III. SKRÓCONE SPRAWOZDANIE FINANSOWE	5
IV. CHARAKTERYSTYKA DOKONAŃ I NIEPOWODZEŃ WRAZ Z OPISEM CZYNNIKÓW I ZDARZEŃ MAJĄCYCH WPŁYW NA OSIĄGNIĘTE WYNIKI.....	9
V. PROGNOZY FINANSOWE.....	13
VI. OPIS ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ	13
VII. INFORMACJE NA TEMAT AKTYWNOŚCI W OBSZARZE ROZWIĄZAŃ INNOWACYJNYCH WPROWADZANYCH W PRZEDSIĘBIORSTWIE	13
VIII. INFORMACJA DOTYCZĄCA LICZBY OSÓB ZATRUDNIONYCH PRZEZ EMITENTA, W PRZELICZENIU NA PEŁNE ETATY	13
IX. INFORMACJE O ZASADACH PRZYJĘTYCH PRZY SPORZĄDZANIU RAPORTU	13

I. PODSTAWOWE INFORMACJE O EMITENCIE

Dane teleadresowe

Outdoorzy Spółka Akcyjna	
<i>adres siedziby</i>	ul. Komorowicka 39-41, 43-300 Bielsko-Biała
<i>numer telefonu</i>	+48 33 486 91 72
<i>numer faksu</i>	+48 33 486 91 73
<i>adres poczty elektronicznej</i>	bok@outdoorzy.pl
<i>adres strony internetowej</i>	www.outdoorzy.pl
<i>wsqd rejestrowy</i>	Sąd Rejonowy w Bielsku-Białej, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
<i>numer krs</i>	0000460796
<i>regon</i>	240863123
<i>nip</i>	5472086046

Organy Spółki

Zarząd:

Paweł Miśkiewicz	- Członek Zarządu
Łukasz Golonka	- Członek Zarządu

Rada Nadzorcza:

Michał Damek	- Przewodniczący Rady Nadzorczej
Michał Więzik	- Członek Rady Nadzorczej
Przemysław Psikuta	- Członek Rady Nadzorczej
Maria Domańska	- Członek Rady Nadzorczej
Paweł Busz	- Członek Rady Nadzorczej

Akcjonariat

Na dzień sporządzenia niniejszego raportu, kapitał zakładowy Spółki wynosi 1.050.000,00 zł i dzieli się na 10.500.000 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda akcja, w tym:

- 6 000 000 akcji serii A,
- 2 000 000 akcji serii B,
- 2 500 000 akcji serii C,

Wykaz akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% głosów na walnym zgromadzeniu (stan na dzień 17 marca 2017 roku)

Lp.	Dane akcjonariusza	Liczba akcji	Liczba głosów	Udział w kapitale zakładowym	Udział w liczbie głosów
1	Robinson Europe SA	4.400.000	4.400.000	41,90%	41,90%
2	ABS Investment SA	3.700.000	3.700.000	35,24%	35,24%
3	Marek Sobieski	800.000	800.000	7,62%	7,62%
	Pozostali	1.600.000	1.600.000	15,24%	15,24%
	suma	10.500.000	10.500.000	100%	100%

II. OŚWIADCZENIE ZARZĄDU

Zarząd spółki Outdoorzy SA przedstawia raport za okres od 01 listopada 2016 roku do 31 stycznia 2017 roku, na który składają się:

- skrócone sprawozdanie finansowe zamykające się stratą netto w I kwartale 2016/2017 roku w wysokości – **24.613,04 zł**,
- komentarz Zarządu na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe,
- informacja Zarządu na temat aktywności w obszarze rozwoju prowadzonej działalności w okresie objętym raportem.

Jednocześnie Zarząd spółki Outdoorzy SA z siedzibą w Bielsku-Białej oświadcza, że wedle najlepszej wiedzy Zarządu informacje zaprezentowane w niniejszym raporcie, sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości i innymi przepisami obowiązującymi Emitenta oraz odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową spółki Outdoorzy SA oraz jej wyniki finansowe.

Paweł Miśkiewicz

Członek Zarządu OUTDOORZY S.A.

Paweł Miśkiewicz
Członek Zarządu

Łukasz Golonka

Członek Zarządu OUTDOORZY S.A.

Łukasz Golonka
Członek Zarządu

Bielsko-Biała, dnia 17 marca 2017 roku

III. SKRÓCONE SPRAWOZDANIE FINANSOWE

	BILANS - AKTYWA	31.01.2017	31.01.2016
A.	AKTYWA TRWAŁE	313 224,32	358 875,00
I.	Wartości niematerialne i prawne	309 375,00	358 875,00
II.	Rzeczowe aktywa trwałe	3 849,32	0,00
III.	Należności długoterminowe	0,00	0,00
IV.	Inwestycje długoterminowe	0,00	0,00
V.	Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	0,00	0,00
B.	AKTYWA OBROTOWE	1 984 170,94	881 064,36
I.	Zapasy	503 898,13	313 619,44
II.	Należności krótkoterminowe	978 200,77	319 336,49
III.	Inwestycje krótkoterminowe	499 712,54	248 108,43
IV.	Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2 359,50	0,00
C.	NALEŻNE WPŁATY NA KAPITAŁ (FUNDUSZ) PODSTAWOWY	0,00	0,00
D.	UDZIAŁY (AKCJE) WŁASNE	0,00	0,00
	AKTYWA RAZEM	2 297 395,26	1 239 939,36
	BILANS - PASYWA	31.01.2016	31.01.2015
A.	KAPITAŁY (FUNDUSZ) WŁASNY	1 376 133,46	782 974,43
I.	Kapitał (fundusz) podstawowy	1 050 000,00	800 000,00
II.	Kapitał (fundusz) zapasowy, w tym:	301 272,30	67 652,00
	- nadwyżka wartości sprzedaży (wartości emisyjnej) nad wartością nominalną udziałów (akcji)	301 272,30	67 652,00
III.	Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny, w tym:	0,00	0,00
	- z tytułu aktualizacji wartości godziwej	0,00	0,00
IV.	Pozostałe kapitały (fundusze) rezerwowe, w tym:	0,00	0,00
	- tworzone zgodnie z umową (statutem) spółki	0,00	0,00
	- na udziały (akcje) własne	0,00	0,00
V.	Zysk (strata) z lat ubiegłych	49 474,20	-62 967,20
VI.	Zysk (strata) netto	-24 613,04	-21 710,37
VII.	Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkość ujemna)	0,00	0,00
B.	ZOBOWIĄZANIA I REZERWY NA ZOBOWIĄZANIA	921 261,80	456 964,93
I.	Rezerwy na zobowiązania	0,00	0,00
II.	Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00
III.	Zobowiązania krótkoterminowe	921 261,80	456 964,93
IV.	Rozliczenia międzyokresowe	0,00	0,00
	PASYWA RAZEM	2 297 395,26	1 239 939,36

	RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT	01.11.2016 – 31.01.2017	01.11.2015 – 31.01.2016
A.	Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi, w tym:	1 460 201,90	1 270 207,61
	- od jednostek powiązanych	0,00	0,00
I.	Przychody netto ze sprzedaży produktów	28 601,22	20 021,95
II.	Zmiana stanu produktów (zwiększenie - wartość dodatnia, zmniejszenie wartość ujemna)	0,00	0,00
III.	Koszt wytworzenia produktów na własne potrzeby jednostki	0,00	0,00
IV.	Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	1 431 600,68	1 250 185,66
B.	Koszty działalności operacyjnej	1 481 456,60	1 285 848,50
I.	Amortyzacja	15 837,95	12 375,00
II.	Zużycie materiałów i energii	8 094,48	1 961,19
III.	Usługi obce	177 685,62	141 009,12
IV.	Podatki i opłaty, w tym:	11 038,56	4 403,63
	- podatek akcyzowy	0,00	0,00
V.	Wynagrodzenia	90 542,02	64 780,13
VI.	Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia, w tym:	10 517,43	8 450,00
	- emerytalne	4 015,26	0,00
VII.	Pozostałe koszty rodzajowe	202,00	321,05
VIII.	Wartość sprzedanych towarów i materiałów	1 167 538,54	1 052 548,38
C.	Zysk (strata) ze sprzedaży (A-B)	-21 254,70	-15 640,89
D.	Pozostałe przychody operacyjne	1 202,01	352,59
I.	Zysk z tytułu rozchodu niefinansowych aktywów trwałych	0,00	0,00
II.	Dotacje	0,00	0,00
III.	Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych	0,00	0,00
IV.	Inne przychody operacyjne	1 202,01	352,59
E.	Pozostałe koszty operacyjne	318,62	1 420,75
I.	Strata z tytułu rozchodu niefinansowych aktywów trwałych	0,00	0,00
II.	Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych	0,00	0,00
III.	Inne koszty operacyjne	318,62	1 420,75
F.	Zysk (strata) z działalności operacyjnej (C+D-E)	-20 371,31	-16 709,05
G.	Przychody finansowe	2 734,01	14 046,27
I.	Dywidendy i udziały w zyskach, w tym:	0,00	0,00
	a) od jednostek powiązanych, w tym:	0,00	0,00
	- w których jednostka posiada zaangażowanie w	0,00	0,00
	b) od jednostek pozostałych, w tym:	0,00	0,00
	- w których jednostka posiada zaangażowanie w	0,00	0,00

II.	Odsetki, w tym:	0,00	0,00
	- od jednostek powiązanych	0,00	0,00
III.	Zysk z tytułu rozchodu aktywów finansowych, w tym:	942,00	4 599,69
	- w jednostkach powiązanych	0,00	0,00
IV.	Aktualizacja wartości aktywów finansowych	0,00	0,00
V.	Inne	1 792,01	9 446,69
H.	Koszty finansowe	2 875,74	15 997,34
I.	Odsetki, w tym:	2 647,14	2 526,97
	- dla jednostek powiązanych	0,00	0,00
II.	Strata z tytułu rozchodu aktywów finansowych, w tym:	228,60	1 583,00
	- w jednostkach powiązanych	0,00	0,00
III.	Aktualizacja wartości aktywów finansowych	0,00	0,00
IV.	Inne	0,00	11 887,37
I.	Zysk (strata) brutto (F+G-H)	-20 513,04	-18 660,12
J.	Podatek dochodowy	4 100,00	3 050,00
K.	Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku (zwiększenia straty)	0,00	0,00
L.	Zysk (strata) netto (I-J-K)	-24 613,04	-21 710,37

ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM		01.11.2016 – 31.01.2017	01.11.2015 – 31.01.2016
I.	Kapitał (fundusz) własny na początek okresu (BO)	1 400 746,50	743 664,28
	- zmiany przyjętych zasad (polityki) rachunkowości	0,00	0,00
	- korekty błędów	0,00	0,00
I.a.	Kapitał (fundusz) własny na początek okresu (BO), po korektach	1 400 746,50	743 664,28
II.	Kapitał (fundusz) własny na koniec okresu (BZ)	1 376 133,46	782 974,43
III.	Kapitał (fundusz) własny, po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku (pokrycia straty)	1 376 133,46	782 974,43

	RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH	01.11.2016 – 31.01.2017	01.11.2015 – 31.01.2016
A.	Przepływ środków pieniężnych z działalności operacyjnej		
I.	Zysk (strata) netto	-24 613,04	-21 710,37
II.	Korekty razem	326 488,42	182 247,06
III.	Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I+/- II)	301 875,38	160 536,69
B.	Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
I.	Wpływy	0,00	0,00
II.	Wydatki	3 113,01	0,00
III.	Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	-3 113,01	0,00
C.	Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
I.	Wpływy	-2 401,94	-59 634,62
II.	Wydatki	0,00	0,00
III.	Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	-2 401,94	-59 634,62
D.	Przepływy pieniężne netto razem	296 360,43	100 902,07
E.	Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych, w tym:	296 360,43	100 902,07
	- zmiana stanu środków pieniężnych z tytułu różnic kursowych	0,00	0,00
F.	Środki pieniężne na początek okresu	121 034,57	64 775,53
G.	Środki pieniężne na koniec okresu, w tym:	417 395,00	165 677,60
	- o ograniczonej możliwości dysponowania	0,00	0,00

IV. CHARAKTERYSTYKA DOKONAŃ I NIEPOWODZEŃ WRAZ Z OPISEM CZYNNIKÓW I ZDARZEŃ MAJĄCYCH WPŁYW NA OSIĄGNIĘTE WYNIKI

Głównym profilem działalności Outdoorzy SA jest detaliczna sprzedaż wysyłkowa odzieży oraz akcesoriów turystycznych. Spółka w I kwartale roku obrotowego 2016/2017 duży nacisk kładła do przygotowania się do sezonu świątecznego oraz zimowego. W ramach tych działań, Spółka brała udział w różnych wydarzeniach marketingowo – sprzedażowych, które odbywały się w okresie przedświątecznym. Pierwszym z nich był tzw. „Black Friday - Czarny piątek” - dzień największych wyprzedaży w roku - który odbywa się cyklicznie każdego roku w ostatni piątek listopada, a w 2016 r. wypadł dnia 25 listopada. Spółka pierwszy raz w swojej historii wzięła udział w tym wydarzeniu, co de facto okazało się wielkim sukcesem. W ten dzień udało się zanotować wzrost sprzedaży o ponad 518% w porównaniu do średniej z całego roku 2016 oraz wzrost zamówień o ponad 445%. W związku z faktem, iż Spółka pierwszy raz uczestniczyła w tym wydarzeniu, a także aby lepiej przygotować się do tych wydarzeń w kolejnych latach, Zarząd wspólnie z działem marketingu starał się opracować profil klienta korzystającego z promocji „Black Friday – Czarny piątek”. W wyniku przeprowadzonej analizy, wysunęły się wnioski, iż klient uczestniczący w akcji „Black Friday - Czarny piątek” to cierpliwy i świadomy konsument czekający aby kupić swój wybrany produkt w cenie możliwie atrakcyjnej. Taki konsument jest skłonny wydać więcej niż zazwyczaj aby dokonać zakupu wybranego produktu. Interesującym jest również fakt, iż dużo częściej sprzedawaty się produkty stosunkowo droższe. Zgodnie z założeniami Zarządu, Spółka będzie brała udział w akcji „Black Friday – Czarny piątek” corocznie.

Kolejnym wydarzeniem, w którym Spółka brała udział był „Dzień Darmowej Dostawy”, który w 2016 roku miał miejsce 29 listopada. Akcja ta miała zachęcać klientów do wcześniejszych zakupów mikołajkowo-świątecznych. W tym dniu klienci, którzy złożyli zamówienie powyżej wartości 20,00 zł otrzymywali wysyłkę towaru gratis. Sam udział w akcji Zarząd Spółki ocenia za udany lecz w porównaniu z „Black Friday – Czarny piątek” nie udało się osiągnąć takiego poziomu sprzedaży. Należy jednak zaznaczyć, że i tak w stosunku do bieżącej sprzedaży został odnotowany wzrost. Porównując profil klienta biorącego udział w akcjach „Black Friday – Czarny piątek” oraz „Dzień Darmowej Dostawy”, zauważyć należy zupełnie inną motywację zakupową jak również rodzaj produktów, którymi są zainteresowane te dwie grupy konsumentów. Klient biorący udział w wydarzeniu „Dzień Darmowej Dostawy” jest zainteresowanym produktem tanim, gdzie koszt wysyłki zdecydowanie wpływa na decyzję zakupową. Należy zaznaczyć, iż Zarząd rozważa w 2017 roku skupienie swych działań na innym wydarzeniu, jakim jest „Cyber Monday” na rzecz „Dnia darmowej dostawy”.

W dniu 6 grudnia 2016 roku Outdoorzy SA zadebiutowała w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect. Do obrotu wprowadzonych zostało 2.000.000 akcji serii B oraz 2.500.000 akcji serii C Spółki o wartości nominalnej 0,10 zł każda. W dniu debiutu akcje Outdoorzy SA spotkały się z ogromnym zainteresowaniem ze strony inwestorów, kiedy to wolumen obrotu wyniósł 464.399 akcji. Kurs akcji w dniu debiutu wzrósł do poziomu 0,49 zł, a więc o prawie 100% w odniesieniu do ceny emisyjnej. Debiut na NewConnect Zarząd uważa jako przełomowy w historii Spółki. Zaufanie jakim została obdarzona Spółka utwierdziło Zarząd w przekonaniu o prawidłowości wybranego kierunku prowadzenia Spółki oraz

zasadności podejmowanych działań. Dzięki upublicznieniu akcji, a tym samym transparentności właściwej dla podmiotu publicznego, Spółka uzyskała większą możliwość pozyskiwania finansowania w formie udziałowej bądź dłużnej w postaci obligacji. W obecnej sytuacji Spółki, która znajduje się na etapie dynamicznego rozwoju, może to mieć decydujący wpływ na możliwość zwiększenia sprzedaży poprzez zwiększenie stanów magazynowych oraz realizacji zamówień w trybie 24 godzin od daty jego złożenia, co przy obecnej mentalności konsumentów nastawionych na szybkie dostawy, ma decydujące znaczenie.

Dzięki prowadzonym działaniom marketingowym sklep *outdoorzy.pl* stale zwiększa zasięg i dociera z ofertą do coraz szerszego grona odbiorców. W I kwartale 2016/2017 roku obrotowego odnotowano wzrost odwiedzających witrynę sklepu *outdoorzy.pl* klientów o 54,51% w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzednim tj. w I kwartale 2015/2016 roku obrotowego. Tak duży wzrost odwiedzających przełożył się na około 68% wzrost przychodów ze sprzedaży detalicznej w stosunku do kwartału porównawczego. Zarząd zakłada utrzymanie dynamiki wzrostu sprzedaży na podobnym poziomie w kolejnych kwartałach bieżącego roku obrotowego.

Zarząd nieustannie kładzie nacisk na dywersyfikację i weryfikację działań marketingowych. Działania te w połączeniu z analizą sprzedaży i doбором produktów wprowadzanych do oferty, pozwolą na znaczną poprawę dostępności produktów, które są w kręgu zainteresowania konsumentów. Selekcja produktów, umożliwi zaopatrzenie magazynu w towary, które są najczęściej nabywane, a to z kolei umożliwi ich dostarczenie do klienta w ciągu 24 godzin od zamówienia.

Spółka w grudniu wprowadziła do sprzedaży własną linię kurtek puchowych pod marką Totem. Produkt ten cieszył się sporym zainteresowaniem w sezonie zimowym 2016/2017 i znaczna część rozmiarówki ze stanów magazynowych zgromadzonych przed sezonem została już wyprzedana.

Niezmiernie cieszy fakt, iż w styczniu sklep *outdoorzy.pl* znalazł się w pierwszej 30-tce sklepów w kategorii „Sport” w serwisie konsumenckim *Opineo.pl* wyprzedzającym tym samym czołowe sklepy internetowe działające wyłącznie w branży sportowej, ale także oferujące szeroki asortyment produktów w różnych kategoriach niesportowych. Zarząd uważa za drobny sukces fakt, że udało się dotrzeć do pierwszej trzydziestki z pośród prawie 700 sklepów należących do kategorii „Sport”. Głównym jednak celem jest zajęcie pozycji lidera w sprzedaży internetowej w kategorii outdoorowej. Należy przy tym pamiętać, iż sklep *outdoorzy.pl* nie jest typowym sklepem o szerokim zakresie asortymentu sportowego, a jedynie zawiera się w jednej z podkategorii sportu, tj. w tzw. podkategorii outdoorowej. Tym bardziej należy uznać za sukces osiągnięcie tak wysokiego miejsca, tj. mieszczącego się w nieco ponad 4% najlepszych sklepów spośród wszystkich należących do kategorii „Sport”.

Odnosząc się z kolei do osiągniętych wyników finansowych, należy wskazać, iż w I kwartale 2016/2017 roku obrotowego Spółka osiągnęła przychody w wysokości 1.460.201,90 zł, tj. o 14,96% wyższe aniżeli w okresie porównawczym. Główny udział w tej wartości został wygenerowany za pośrednictwem sprzedaży hurtowej, tj. ok. 61%. Należy jednak podkreślić stopniowo wzrastającą sprzedaż w segmencie detalicznym. O ile w listopadzie wartość sprzedaży detalicznej wyniosła 144 tys. zł, o tyle w grudniu już ponad 216 tys. zł co

spowodowane było okresem przedświątecznych zakupów prezentowych. Z kolei w styczniu, czyli w miesiącu uznawanym generalnie na rynku outdoorowym za okres niemalże „martwy”, wartość sprzedaży detalicznej wyniosła przeszło 190 tys. zł. Tak dobry wynik sprzedażowy, Zarząd upatruje z jednej strony w warunkach pogodowych, które zachęcały do aktywnego spędzania czasu zarówno w formie wędrówek pieszych jak i sportów zimowych, z drugiej z kolei z prowadzonych przez Spółkę działań marketingowych w postaci: optymalizacji oferty dostępnej w reklamie płatnej oraz niewielkiemu zwiększeniu budżetu reklamowego dla sieci AdWords. Zintensyfikowano i zwiększono również działania w mediach społecznościowych takich jak Facebook i Instagram, poprzez zaplanowanie harmonogramu i budżetu. Dodatkowo, istotne również było zwiększenie zatowarowania magazynu, a tym samym realizacja zamówień w terminie 24 godzin od ich złożenia.

W całym I kwartale 2016/2017 roku obrotowego, wzrost na sprzedaży hurtowej wyniósł 6% w stosunku do kwartału porównawczego. Sytuacja ta wynikała z uwagi na zmianę kolekcji głównej marki sprzedawanej do *amazon.de* (będącego głównym odbiorcą hurtowym), oraz faktu, że spora część produktów wypadła z oferty. Na ich miejsce pojawiły się nowe modele, jednak potrzeba pewnego okresu czasu aby wolumen sprzedaży tych nowych produktów osiągnął poziom z poprzedniego roku. Dodatkowo, Spółka prowadzi również negocjacje związane ze zmianą modelu współpracy z *amazon.de* z zamówień bieżących na zamówienia w przedsprzedaży. Pozwoli to na zaplanowanie z wyprzedzeniem zatowarowania magazynu w niezbędne towary, a tym samym zwiększenie generowanej przez Spółkę sprzedaży.

Podsumowując analizę sprzedaży należy wskazać, iż w okresie sprawozdawczym w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego sprzedaż hurtowa - z uwagi na wskazane powyżej zdarzenia - odpowiadająca za ok. 61% wartości przychodów wzrosła wartościowo o 46.943,27 zł. Najważniejsze jednak – co jest bardzo cenne i pozwala z optymizmem planować przyszłe działania - iż odnotowano znaczący wzrost sprzedaży detalicznej, bo aż o 139.317,68 zł w stosunku do I kwartału 2015/2016 roku obrotowego. Istotne jest również, iż sprzedaż realizowana dla klienta detalicznego generuje znacznie wyższą marżę aniżeli sprzedaż hurtowa, a tym samym pozwala generować znacznie lepszą zyskowność.

Analizując z kolei pozycje kosztowe, należy zwrócić uwagę na wzrost w czterech kategoriach:

- *zużycie materiałów i energii,*
- *usługi obce,*
- *wynagrodzenia,*
- *wartość sprzedanych towarów i materiałów.*

Wzrost wartości w pozycji zużycie materiałów i energii, z kwoty 1.961,19 zł w okresie I kwartału 2015/2016 roku obrotowego do poziomu 8.094,48 zł w kwartale sprawozdawczym, związany jest głównie ze zmianą lokalizacji oraz zasadniczym zwiększeniem wynajmowanej powierzchni. Koszty te w głównej mierze dotyczą opłat za energię elektryczną oraz ogrzewanie (które w związku z okresem zimowym generuje wyższe koszty aniżeli w okresie wiosna – lato – jesień). Z uwagi na słabe dostosowanie lokalu do warunków zimowych i związane z tym niespodziewane wydatki, Spółka prowadzi obecnie intensywne działania aby

je zminimalizować. Zarząd jest przekonany, że w kolejnym sezonie zimowym, z uwagi na prowadzone prace adaptacyjne, koszty te zostaną mocno ograniczone.

Koszty związane z usługami obcymi w I kwartale bieżącego roku obrotowego wzrosły w porównaniu do okresu porównawczego o 26,01%, i osiągnęły wartość 177.685,62 zł. Należy jednak wskazać, iż wzrost tych kosztów był spowodowany głównie jednorazowymi opłatami związanymi z upublicznieniem akcji Spółki w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect, które wyniosły 18.581,00 zł netto, a także usługami (częściowo również jednorazowymi) związanymi z funkcjonowaniem na rynku publicznym w kwocie 2.487,10 zł netto. Jeśliby nie uwzględnić tych kosztów, wartość usług obcych wyniosłaby 156.617,52 zł, a ich zwiększenie w stosunku do okresu porównawczego poprzedniego roku obrotowego o 15.608,40 zł wynika wprost ze wzrostu sprzedaży odnotowanej w kwartale sprawozdawczym.

W I kwartale 2016/2017 roku obrotowego wynagrodzenia wyniosły 90.542,02 zł wobec 64.780,13 zł w okresie analogicznym roku poprzedniego. Wzrost ten jest spowodowany zwiększeniem zatrudnienia, związanego z koniecznością obsługi większej liczby zamówień. Obecnie w Spółce zatrudnionych jest 8 osób na umowę o pracę. Posiadane zaplecze osobowe Spółki umożliwi realizację zamówień o około 20 – 50% w stosunku do obecnego poziomu, co da około 25 – 30% wzrostu przychodów.

Pozycja wartość sprzedanych towarów i materiałów jest bezpośrednio związana z wielkością sprzedaży towarów i jest właściwa dla podmiotów prowadzących działalność handlową. W raportowanym kwartale wartość tej pozycji wyniosła 1.167.538,54 zł wobec 1.052.548,38 zł, przy przychodach netto ze sprzedaży towarów i materiałów na poziomach odpowiednio 1.431.600,68 zł oraz 1.250.185,66 zł. W porównaniu do I kwartału 2015/2016 roku obrotowego, znacznej poprawie uległa rentowność sprzedaży, która wzrosła z 15,81% z okresu porównawczego do 18,45% w okresie raportowanym.

Pomimo wzrostu sprzedaży w stosunku do I kwartału 2015/2016 roku obrotowego o niespełna 15%, Spółka zamknęła I kwartał 2016/2017 roku obrotowego stratą netto w kwocie -24.613,04 zł. Na ujemny wynik Spółki wpłynęły głównie wspomniane już we wcześniejszych zdaniach jednorazowe opłaty związane z upublicznieniem akcji oraz obecnością na rynku NewConnect.

Podsumowując I kwartał 2016/2017 roku obrotowego Zarząd jest zadowolony ze wzrostu sprzedaży lecz ostateczna strata na działalności nie daje pełnej satysfakcji. Zarząd jest jednak świadomy, iż kumulacja kosztów giełdowych jest jednorazowa i w kolejnych kwartałach roku obrotowego taka sytuacja już się nie powtórzy. Pozytywnie oceniany jest również wzrost sprzedaży odnotowany wśród klientów detalicznych, co jest tylko potwierdzeniem prawidłowości wybranego kierunku prowadzenia działalności przez Spółkę, oraz zasadności podejmowanych decyzji, w tym przede wszystkim związanych ze zwiększeniem rozpoznawalności sklepu *outdoorzy.pl* oraz pozytywnym jego odbiorem jako solidnego partnera w świecie turystyki i outdooru.

V. PROGNOZY FINANSOWE

Spółka nie publikowała prognoz finansowych.

VI. OPIS ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ

Na dzień 31 stycznia 2017 roku Outdoorzy SA nie było jednostką zależną wobec innego podmiotu. Spółka nie posiadała również jednostek zależnych od siebie.

VII. INFORMACJE NA TEMAT AKTYWNOŚCI W OBSZARZE ROZWIĄZAŃ INNOWACYJNYCH WPROWADZANYCH W PRZEDSIĘBIORSTWIE

W I kwartale 2016/2017 roku obrotowego, Spółka prowadziła dalsze prace nad wdrożeniem nowej platformy, za pośrednictwem której sprzedaje towary. Dzięki przeprowadzonym zmianom, realizowane przez klientów zakupy staną się jeszcze prostsze, a użytkownicy korzystający z urządzeń mobilnych będą mieli możliwość składania zamówień za pośrednictwem przyjaznej w obsłudze strony. Nowa wersja sklepu *outdoorzy.pl* będzie oparta na nowoczesnych i innowacyjnych technologiach. Jej konstrukcja będzie z kolei przystosowana do możliwości prostego i szybkiego adaptowania do zmieniającej się technologii i trendów związanych z wizualizacją witryn sklepów internetowych.

VIII. INFORMACJA DOTYCZĄCA LICZBY OSÓB ZATRUDNIONYCH PRZEZ EMITENTA, W PRZELICZENIU NA PEŁNE ETATY

Stan zatrudnienia w okresie od 01 listopada 2016 roku do 31 stycznia 2017 roku w przeliczeniu na pełny wymiar czasu pracy na podstawie art. 2 pkt 13 Rozporządzenia Komisji (WE) nr 800/2008 oraz art 5 Załącznika 1 do tego rozporządzenia:

- zatrudnienie w osobach – 8,
- zatrudnienie w etatach – 8.

IX. INFORMACJE O ZASADACH PRZYJĘTYCH PRZY SPORZĄDZANIU RAPORTU

Poniżej przedstawione zostały obowiązujące zasady (polityki) rachunkowości, w tym metody wyceny aktywów i pasywów (także amortyzacji), pomiaru wyniku finansowego oraz sposobu sporządzenia bilansu, rachunku zysków i strat, zestawienia zmian w kapitale własnym oraz rachunku przepływów pieniężnych w zakresie, w jakim ustawa pozostawia jednostce prawo wyboru.

1. ROK OBROTOWY

Rokiem obrotowym jest okres kolejnych 12 miesięcy, począwszy od dnia 1 listopada do 31 października.

Rok obrotowy dzieli się na miesięczne okresy sprawozdawcze.

2. METODY WYCENY AKTÓW I PASYWÓW ORAZ USTALENIA WYNIKU FINANSOWEGO SPÓŁKI:

Aktywa i pasywa spółki wycenia się zgodnie z uregulowaniami zawartymi w Art.28 Ustawy z dnia 29 września 1994 (Ustawa o rachunkowości):

a. Wycena środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych.

Środki trwałe oraz wartości niematerialne i prawne wycenia się wg cen nabycia (lub kosztów wytworzenia, dla składników wytworzonych we własnym zakresie), pomniejszonych o skumulowane odpisy amortyzacyjne.

Wysokość rocznych stawek amortyzacyjnych określa się w momencie oddania środka trwałego do użytkowania, posługując się w tym zakresie zasadami i stawkami wynikającymi z art. 16a - 16m oraz Załącznika 1 do Ustawy z dnia 15 lutego 1992 r. o PDOP.

Okresowa weryfikacja stawek amortyzacji bilansowej następuje po zakończeniu roku obrotowego.

Jednorazowo w momencie wydania do użytkowania dokonuje się odpisu amortyzacyjnego od składników majątkowych o jednostkowej wartości nabycia do 3.500,- zł. Składniki te mogą być objęte ewidencją ilościowo-wartościową.

Trwała utrata wartości składników majątkowych zaliczanych do środków trwałych, spowodowana przeznaczeniem do likwidacji, wycofaniem z użycia itp. odnosi się w ciężar pozostałych kosztów operacyjnych najpóźniej pod data 31 października roku obrotowego, w którym taka okoliczność zaistnieje.

b. Rzeczowe składniki aktywów obrotowych (towary) wycenia się następująco:

Bieżąco towary wycenia się w cenach zakupu. Rozchód towarów wycenia się również w cenach zakupu, z zastosowaniem metody FIFO.

Na dzień bilansowy towary wycenia się wg cen zakupu, nie wyższych od cen sprzedaży netto.

c. Wycena należności.

Należności wycenia się na bieżąco w wartości nominalnej, przy czym należności za dostawy w walutach obcych wycenia się wg kursu wynikającego z właściwego dokumentu, stosuje się kurs średni NBP z dnia poprzedzającego dzień wystawienia faktury.

Na dzień bilansowy należności wycenia się w kwocie wymagającej zapłaty, z zachowaniem zasady ostrożnej wyceny.

Dla należności zagrożonych ryzykiem nieściągalności dokonuje się odpisu aktualizacyjnego w ciężar pozostałych kosztów operacyjnych, przy czym odpis ten ustala się wg stopnia zagrożenia, z uwzględnieniem indywidualnej sytuacji dłużnika i możliwości odzyskania wierzytelności.

Należności w walutach obcych na dzień bilansowy wycenia się wg kursu średniego NBP. Naliczone kontrahentom odsetki wycenia się w wartości nominalnej, z zachowaniem ostrożnej wyceny.

d. Wycena zobowiązań.

Zobowiązania wycenia się w kwocie wymagającej zapłaty, z uwzględnieniem odsetek należnych wierzycielom na dzień bilansowy. Zobowiązania w walutach obcych przelicza się wg kursu, wynikającego z dokumentu importowego SAD. Na

dzień bilansowy zobowiązania wycenia się kursem średnim NBP dla danej waluty. Różnice kursowe z wyceny bilansowej należności i zobowiązań w walutach obcych odnosi się w koszty i przychody finansowe, natomiast w rachunku zysków i strat wykazuje się "per saldo" koszt lub przychód z tego tytułu.

e. Wycena rezerw i aktywów z tytułu podatku dochodowego oraz pozostałych rezerw.

Rezerwy i aktywa z tytułu podatku dochodowego oraz pozostałe rezerwy wycenia się wg wiarygodnie oszacowanej wartości.

Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego nie podlegają kompensacie z rezerwa na ten podatek.

Aktywa tworzy się na przejściowe różnice w podstawie opodatkowania (przyszłe zmniejszenie podatku dochodowego) wg stawki podatkowej z roku następnego po roku obrotowym w następujących przykładowych sytuacjach:

- naliczenia, a nie zapłaconia do dnia bilansowego odsetek od zobowiązań handlowych, należnych wierzycielom,
- wystąpienia kosztów finansowych z tytułu różnic kursowych z wyceny bilansowej rozrachunków w walutach obcych,
- kosztów amortyzacji bilansowej aktywów trwałych, wyższych od amortyzacji stanowiącej koszt uzyskania przychodu w podatku dochodowym,
- kosztów dotyczących odpisów aktualizujących wartość aktywów obrotowych, w przypadku, gdy uprawdopodobnienie nieściągalności należności lub sprzedaż rzeczowych aktywów obrotowych (zapasów) nastąpi w terminie późniejszym po roku obrotowym,
- wystąpienia straty "podatkowej" do odliczenia od dochodu w ciągu 5 następnych lat,
- nie zapłaconych składek ZUS,
- nie wypłaconych wynagrodzeń.

f. Wycena kapitałów własnych i pozostałych aktywów.

Kapitały własne i pozostałe aktywa i pasywa wycenia się wg wartości nominalnej. Kapitał z aktualizacji wyceny obejmuje oprócz skutków ustawowego przeszacowania aktywów trwałych, również korekty błędów podstawowych, dotyczących poprzednich lat obrotowych.

3. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT

Rachunek zysków i strat za rok obrotowy sporządza się wg wariantu porównawczego. Koszty ewidencjonuje się tylko w układzie rodzajowym.

Ewidencja kosztów w układzie rodzajowym na kontach Zespołu 4 odbywa się bezpośrednio na podstawie zewnętrznych dowodów zakupu usług i materiałów pomocniczych, jak i na podstawie wewnętrznych naliczeń amortyzacji, list płac i świadczeń, naliczeń podatków kosztowych.