

Grupa Kapitałowa AmRest Holdings SE

Raport za Pierwsze Półrocze 2013 roku

23 Sierpnia 2013 r.



Wszystko Jest Możliwe!

AmRest Holdings SE Raport za Pierwsze Półrocze 2013 Roku

Część

I

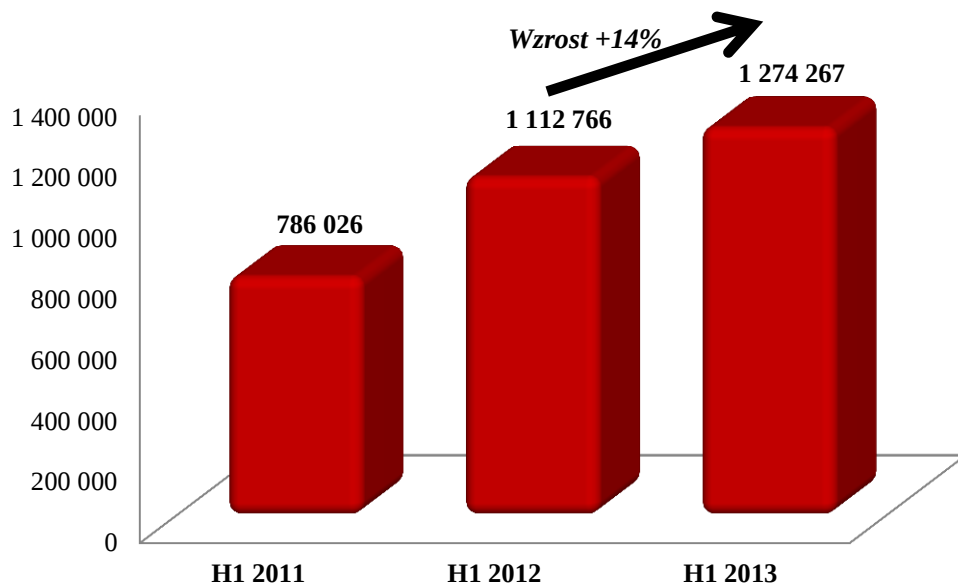
Sprawozdanie Zarządu

Spis Treści:

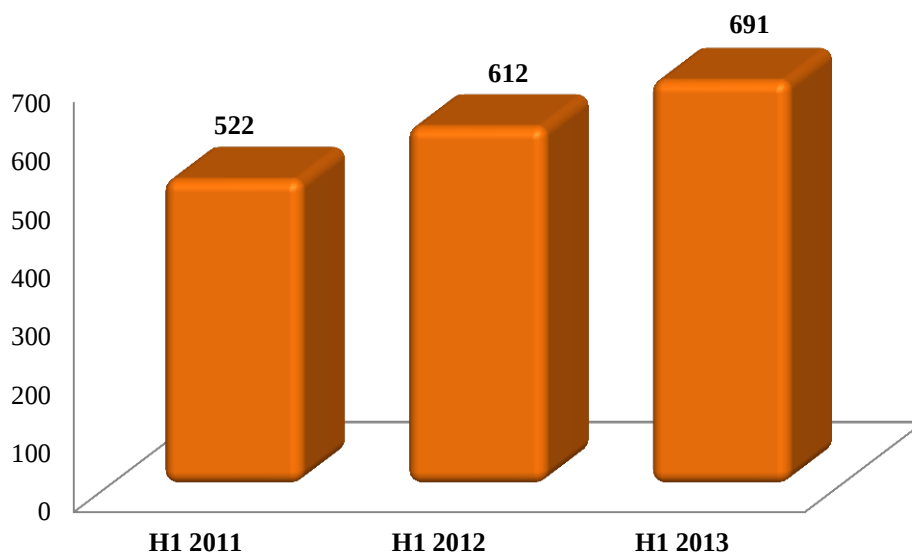
1. Wybrane wyniki finansowe i operacyjne – podsumowanie	I-3
2. Opis działalności Spółki	I-5
3. Sieć dostawców	I-12
4. Osoby zarządzające i nadzorujące Spółką	I-14
5. Informacje istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej lub wyniku finansowego Spółki	I-15
6. Planowane działania inwestycyjne oraz ocena możliwości ich realizacji	I-27
7. Zewnętrzne i wewnętrzne czynniki istotne dla rozwoju Spółki w roku 2012	I-29
8. Podstawowe ryzyka i zagrożenia, na które narażone jest Spółka	I-30
9. Oświadczenia Zarządu	I-34

1. Wybrane wyniki finansowe i operacyjne 30.06.2013 – podsumowanie

WYKRES 1 WARTOŚĆ SPRZEDAŻY AMREST W PIERWSZYCH PÓŁROCZACH LAT 2011-2013 (TYS. ZŁ)¹



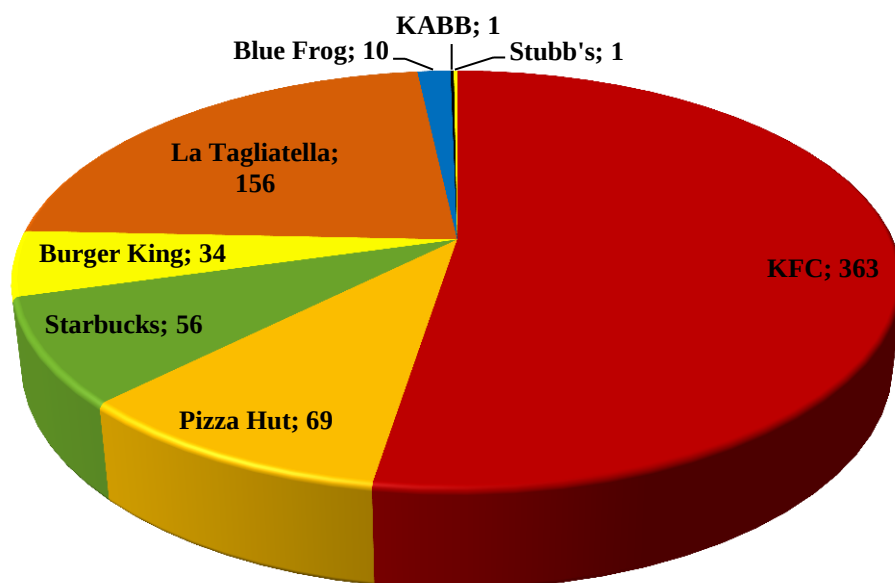
WYKRES 2 LICZBA RESTAURACJI NA KONIEC PIERWSZYCH PÓŁROCZY LAT 2011-2013²



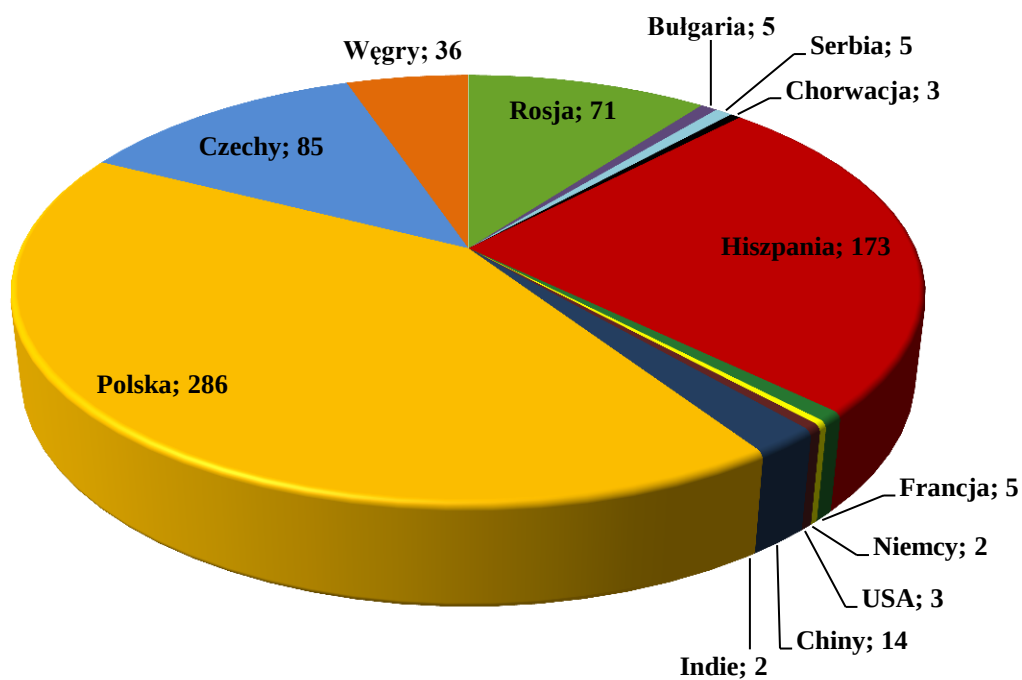
¹ Dane oczyszczone o przychody restauracji Applebee's, w związku z transakcją sprzedaży aktywów AmRest LLC

² W tym restauracje zarządzane przez franczyzobiorców marki La Tagliatella. Dane nie uwzględniają 103 restauracji Applebee's sprzedanych Apple American Group II, LLC

WYKRES 3 LICZBA RESTAURACJI AMREST Z PODZIAŁEM NA MARKI NA KONIEC PIERWSZEGO PÓŁROCZA ROKU 2013³



WYKRES 4 LICZBA RESTAURACJI AMREST Z PODZIAŁEM NA KRAJE NA KONIEC PIERWSZEGO PÓŁROCZA ROKU 2013⁴



³ W tym restauracje zarządzane przez franczyzobiorców marki La Tagliatella

⁴ J.w.

2. Opis działalności Spółki

2.1. Podstawowe usługi świadczone przez Grupę Kapitałową

AmRest Holdings SE („AmRest”) zarządza 8 markami restauracyjnymi w 13 krajach Europy, Azji oraz Ameryki Północnej. Każdego dnia ponad 17 tysięcy pracowników AmRest, poprzez naszą kulturę „Wszystko Jest Możliwe!”, dostarcza wyśmienite smaki oraz wyjątkową obsługę po przystępnej cenie.

Na dzień 23 sierpnia 2013 AmRest prowadzi 698 restauracji w dwóch sektorach restauracyjnych: Quick Service Restaurants (QSR), restauracje szybkiej obsługi – KFC, Burger King, Starbucks oraz Casual Dining Restaurants (CDR), restauracje z pełną obsługą kelnerską – Pizza Hut, La Tagliatella, Blue Frog, KABB oraz Stubb’s.

Restauracje AmRest oferują usługi gastronomiczne na miejscu, na wynos, obsługę klientów zmotoryzowanych na specjalnych stanowiskach („Drive Thru”) oraz obsługę zamówień telefonicznych. Menu restauracji AmRest oferują wysokiej jakości dania, przygotowywane ze świeżych produktów, zgodnie z oryginalnymi przepisami i standardami restauracji KFC, Pizza Hut, Burger King, Starbucks, La Tagliatella, Blue Frog, KABB i Stubb’s.

AmRest jest operatorem marek KFC oraz Pizza Hut w ramach umowy franczyzowej z firmą Yum!. Restauracje Burger King także funkcjonują na zasadzie franczyzy, na podstawie umowy z Burger King Europe GmbH. Restauracje Starbucks otwierane są przez spółki joint venture AmRest Coffee (82% AmRest i 18% Starbucks) posiadające prawa i licencje do rozwoju i prowadzenia kawiarni Starbucks w Polsce, w Czechach oraz na Węgrzech. Marka La Tagliatella jest marką własną AmRest, która dołączyła do portfela w kwietniu 2011. Restauracje La Tagliatella prowadzone są zarówno przez AmRest, jak i przez podmioty, którym Spółka dzierżawi prawa do prowadzenia restauracji na zasadzie umowy franczyzowej. Marki Blue Frog oraz KABB stały się własnością AmRest w grudniu 2012 w wyniku umowy nabycia większościowego pakietu udziałów w Blue Horizon Hospitality Group LTD. Restauracja Stubb’s funkcjonuje od 28 stycznia 2013 roku w ramach umowy joint venture z AmRest HK Limited (79% AmRest, 21% Stubb’s Asia Ltd.).

2.2. Restauracje segmentu Quick Service Restaurants (QSR)



Powstała w 1952 roku marka KFC jest obecnie największą, najszybciej rozwijającą się i najbardziej popularną siecią szybkiej obsługi specjalizującą się w potrawach z kurczaka. Na świecie funkcjonuje obecnie ponad 15 000 restauracji tej marki w 109 krajach.

W 2013 roku KFC kontynuuje wzmacnianie swojej pozycji w sektorze restauracji szybkiej obsługi w Europie Środkowo-Wschodniej. Pomimo dość wymagającej dla tego segmentu sytuacji ekonomicznej, restauracje KFC są odwiedzane przez większą niż w poprzednim roku liczbę gości.

Od początku roku na terenie Polski, Czech i Węgier otwartych zostało 10 nowych restauracji. Większa liczba otwarć zaplanowana jest na drugą połowę roku 2013. Systematycznie przeprowadzone są remonty istniejących restauracji, podczas których oprócz nowego wystroju wprowadzane są także nowe rozwiązania w zakresie obsługi gości (jak np. rozdzielnie kas od miejsca odbioru posiłku) oraz poprawienia efektywności i komfortu pracy załogi. Obecna strategia otwarć nowych restauracji uwzględnia restauracje mieszczące się w centrach handlowych oraz wolnostojące restauracje typu Drive Thru, które będą stanowiły największy udział nowych obiektów. Restauracje te odwiedzać będzie można w dużych i średnich miastach (około 50 tys. mieszkańców), a także przy drogach ekspresowych oraz autostradach.

Pomimo obserwowanego wzrostu cen żywności w tym roku KFC obniżyło w Polsce ceny kilku kluczowych produktów (w tym na jedną z najbardziej rozpoznawalnych w sektorze ofert, jaką jest „B-smart”). Marka zwiększyła również w swojej ofercie udział produktów o niskich cenach, przy zachowaniu ich wysokiej jakości. Ogromną popularnością w tej kategorii cieszyły się nowości takie jak „Rocker”, czy też



cała gama „i twist’ów”. Działania te, mające na celu zapewnienie lojalności klientów i zwiększenie liczby transakcji, spowodowały krótkoterminowy spadek marży. Jednocześnie w KFC promowane są także pozostałe kategorie produktów takie jak „boxy” – jednoosobowe zestawy, czy kubelki – najpopularniejszy wybór wśród rodzin i grup znajomych.



Wśród inicjatyw operacyjnych KFC na wyróżnienie zasługuje program „Lean”, który systematycznie przyczynia się do poprawy funkcjonowania restauracji poprzez zwiększenie zaangażowania wszystkich pracowników w poprawianie satysfakcji gości restauracji. Program ten przyczynił się już do poprawy szybkości obsługi oraz obniżenia kosztów operacyjnych. Od początku tego roku każda z restauracji KFC w Centralnej Europie wprowadziła system comiesięcznego zbierania informacji zwrotnej od klientów, mający na celu stałą poprawę efektywności operacyjnej restauracji.

W 2013 roku restauracje KFC w Polsce kontynuują inicjatywę „sprawni w AmRest” związaną z zatrudnianiem osób niepełnosprawnych. Marka nadal wspiera też Fundację Corporate Social Responsibility, dzięki której ufundowano już ponad 5 milionów gorących posiłków najuboższym dzieciom z terenów Polski Północno-Zachodniej. W Szczecinie funkcjonuje pierwsza restauracja KFC w Europie Środkowo- Wschodniej, w której wśród osób obsługujących większość stanowią osoby z wadą słuchu.

W Rosji w pierwszej połowie roku otwarto 5 restauracji. Do końca roku na tym rynku planowane jest otwarcie jeszcze około 10 restauracji.

Na dzień przekazania raportu Spółka prowadzi 364 restauracje KFC- 170 w Polsce, 63 w Czechach, 62 w Rosji, 31 w Hiszpanii, 26 na Węgrzech, 5 w Serbii, 4 w Bułgarii i 3 w Chorwacji.



Początki marki Burger King sięgają 1954 roku. Burger King („Home of the Whopper”) prowadzi ponad 12 600 restauracji obsługujących dziennie ok. 11 milionów gości w ponad 80 krajach na świecie. 95% restauracji Burger King jest prowadzonych przez niezależnych franczyzobiorców, wiele z nich funkcjonuje od dekad jako firmy rodzinne.

Od marca 2013 roku Burger King w Polsce rozpoczął kampanię reklamową „Tu rządzi smak”, obejmującą m.in. spot emitowany w telewizji. Istotnym elementem tej kampanii jest rozpowszechnianie oferty „value”, dającej gościom możliwość spróbowania doskonałego smaku Burger King w bardzo atrakcyjnych cenach. Szczególnie istotnym elementem tej oferty jest Whopper Junior - nieco zmniejszona wersja flagowego burgera. Rezultaty pierwszych okien reklamowych były bardzo pozytywne. Marka odnotowała w trzech miesiącach tego roku dwucyfrowy wzrost sprzedaży.

Fala popularności hamburgerów na rynku polskim dodatkowo napędza rozwój marki. Poprzez popularyzację hamburgera jako dania „slow food”, świadomość jakości oraz wartości smakowych tego dania mocno się zmieniła. 25-letnia dominacja McDonald’s w tej kategorii uległa osłabieniu, a burger nabiera nowych wartości konsumenckich.

W dalszej części 2013 roku marka Burger King będzie realizowała strategię „większy, lepszy Burger”, podkreślając przewagę swoich produktów w kategorii smaku i wielkości w stosunku do konkurencji.

Na koniec roku planowane jest wprowadzenie nowego produktu z segmentu „premium”, który podkreśli wspomnianą strategię.





AmRest planuje dalszy rozwój sieci Burger King w tempie 3-4 otwarć nowych restauracji rocznie. Priorytetem pozostaje jednak budowanie rentowności marki.

Na dzień publikacji raportu, AmRest prowadzi łącznie 34 restauracji Burger King, 26 w Polsce, 7 w Czechach i 1 w Bułgarii.



Starbucks jest światowym liderem w sektorze kawowym z ponad 19 000 kawiarniami w ponad 60 krajach. Ma on w swojej ofercie szeroki wybór kaw pochodzących z różnych zakątków świata, herbaty, napoje orzeźwiające oraz całą gamę świeżych przekąsek i deserów. Projekty wnętrz kawiarni oraz panująca w nich atmosfera odnoszą się do dziedzictwa kawy i kultury miejsca, w których się znajdują. AmRest Coffee (spółka joint venture pomiędzy Starbucks Coffee International i AmRest Holdings) prowadzi kawiarnie Starbucks w Polsce, Czechach i na Węgrzech.

Strategia wzrostu marki polega na zwiększeniu udziału w rynku w zdyscyplinowany sposób, poprzez zwiększanie sprzedaży w istniejących restauracjach i otwarcia nowych kawiarni.

Przychody ze sprzedaży wygenerowane przez Starbucks w pierwszej połowie 2013 roku były wyższe niż w tym samym okresie roku poprzedniego. Głównym czynnikiem przyczyniającym się do poprawy wyników był wzrost sprzedaży w Czechach i na Węgrzech oraz nowe otwarcia. Wyniki na rynku polskim są stabilne pomimo podwyżek podatku VAT.



W 2013 roku Starbucks wzbogacił swoją ofertę o innowacyjne pozycje. Dzięki nowym produktom, takim jak VIA i Refresha, miłośnicy marki będą mogli cieszyć się swoją ulubioną kawą zarówno w domu, jak i w czasie podróży. Starbucks VIA jest bardzo drobno zmieloną kawą typu instant, która umożliwia gościom zabranie ze sobą w podróż wymienionej kawy w postaci wygodnej saszetki. Napoje Refresha to nowa platforma produktów, które dzięki dawce kofeiny z ekstraktu zielonej kawy zapewniają naszym klientom doskonałe orzeźwienie i regenerację sił.

Zgodnie z przyjętym w ubiegłym roku zwyczajem wszyscy bariści nadal serwują gościom kawę zgodnie z zasadami „Latte Art”, która zwiększa walory wizualne i smakowe każdego napoju na bazie espresso.

Karta lojalnościowa Starbucks została wprowadzona na rynku polskim i czeskim oraz przyjęta przez miłośników marki z wielkim entuzjazmem. Program lojalnościowy został stworzony w celu zwiększenia lojalności klientów i częstotliwości ich wizyt w Starbucks przez zaoferowanie im korzyści z tego płynących. Karty są akceptowane powszechnie we wszystkich kawiarniach w danym kraju. Klienci, którzy zarejestrują swoje karty mogą skorzystać z różnego rodzaju przywilejów.



Marka planuje dalszą ekspansję przy jednoczesnym zachowaniu jej konkurencyjności i skupianiu się na rozwoju długoterminowym.



Na dzień publikacji raportu w ramach AmRest Coffee funkcjonuje już 58 kawiarni (33 w Polsce, 16 w Czechach, 9 na Węgrzech). Wśród nowo otwartych lokalizacji warto wspomnieć o wyjątkowej kawiarni w Pradze na Hradczanach, która gwarantuje swoim gościom najpiękniejsze widoki na miasto podczas popijania ulubionego napoju. Rozwój marki będzie koncentrował się na istniejących rynkach: Polskim, Czeskim i Węgierskim.

Starbucks, wspólnie ze swoimi partnerami i klientami, jest zaangażowany w szereg projektów zapewniających wsparcie społecznościom zamieszkającym w dzielnicach, miastach i krajach, w których operuje. Projektom tym poświęcono w ciągu ostatnich 5 lat ponad 5 000 godzin (głównie podczas „Global Month of Service”).

W przyszłości marka planuje rozwijać się pozostając wierną swoim wartościom, strategii firmy oraz praktykom biznesowym.

2.3. Restauracje segmentu Casual Dining Restaurants (CDR)

La Tagliatella®

Pomimo utrzymującej się trudnej sytuacji makroekonomicznej wyniki osiągnięte przez restaurację La Tagliatella w Hiszpanii w pierwszej połowie 2013 roku były dobre. W restauracjach testowanych na nowych rynkach, pomimo negatywnych wyników finansowych, widać już poprawę trendów, wraz ze zdobywaniem uznania wśród lokalnych gości.

Obserwując wyniki restauracji La Tagliatella, jak i całego sektora restauracyjnego, można wnioskować, że gospodarka Hiszpanii powoli stabilizuje się osiągnawszy dno cyklu. Trendy sprzedaży w restauracjach porównywalnych uległy poprawie i ustabilizowały się na poziomie niewielkich jednocyfrowych spadków. Pomimo wspomnianych spadków sprzedaży w restauracjach porównywalnych marża generowana przez markę La Tagliatella utrzymuje się w okolicach 20% dzięki unikalnemu modelowi biznesowemu opartemu na kuchni centralnej. Dodatkowo warto podkreślić, że wszystkie nowe otwarcia spełniają wewnętrzne kryteria rentowności i osiągają ponad 20% IRR.



W drugiej połowie roku planowane jest otwarcie kolejnych 5 restauracji własnych i 3 prowadzonych przez franczyzobiorców. W ciągu najbliższych 3-4 lat liczba restauracji La Tagliatella prowadzonych na rynku hiszpańskim powinna wynieść ponad 200.

Po udanym wprowadzeniu marki na pięć nowych rynków testowych prowadzone są intensywne prace mające na celu dostosowanie restauracji do lokalnych gustów i upodobań naszych gości. Dodatkowym wyzwaniem jest budowanie pełnych zespołów zarządzających restauracjami na każdym z rynków. W opinii Zarządu, restauracje

marki La Tagliatella mają olbrzymi potencjał rozwoju na rynkach testowych zarówno w formie restauracji własnych, jak i prowadzonych przez franczyzobiorców.

Obecnie AmRest prowadzi łącznie 161 restauracji La Tagliatella, 144 w Hiszpanii, 5 we Francji, 3 w Niemczech, 4 w USA, 3 w Chinach i 2 w Indiach.



Pizza Hut to jedna z największych sieci restauracji casual dining w Europie. Inspirowana kuchnią śródziemnomorską, promuje ideę przyjemnego spędzania czasu przy posiłku w gronie najbliższych i przyjaciół. To także największa w Polsce marka pod względem sprzedaży i liczby transakcji w segmencie casual dining. Silna pozycja Pizzy Hut jest efektem konsekwentnie realizowanej strategii „Pizza i znacznie więcej!”, polegającej na budowaniu oferty w ramach takich kategorii jak: makarony, sałatki, desery oraz przystawki, przy jednoczesnym zachowaniu pozycji lidera i eksperta „od pizzy”.

Po bardzo udanym roku 2012 Pizza Hut kontynuuje strategię budowania pozycji niekwestionowanego lidera i eksperta w dziedzinie pizzy, a jednocześnie restauracji z szeroką ofertą dań na każdą kieszeń.

Tradycyjnie początek roku rozpoczął Festiwal Pizzy, oferta doskonale znana i wyczekiwana przez klientów, ponieważ dzięki niej płacąc raz jedyne 24 złote można było spróbować do woli różnych rodzajów pizzy. Podczas tegorocznej edycji, klienci po raz pierwszy mogli wybrać ofertę z Wielką Dolewką za 29 zł, co podwyższyło średni rachunek i tym samym poprawiło wyniki Pizzy Hut. Oferta była promowana poprzez reklamę telewizyjną oraz kampanię internetową po hasłem „Festiwal Pizzy powrócił”. Pomimo niesprzyjających warunków makroekonomicznych w pierwszym kwartale tego roku odnotowano dwucyfrowe wzrosty sprzedaży, co bardzo dobrze rokuje na przyszłość.



Grube ciasto PAN jest wizytówką Pizzy Hut. W tym roku, z okazji 20-lecia obecności marki na polskim rynku, powstała kampania promująca ten rodzaj ciasta, podkreślająca jego unikalność oraz fakt, że jest ono codziennie świeżo przygotowywane na miejscu, w restauracji.



Reklama telewizyjna została stworzona z najwyższą pieczołowitością, podnosząc tworzenie ciasta niemal do rangi sztuki. Wyprodukowana w Polsce reklama przypadła do gustu klientom i zachęciła ich do wizyt w restauracji. Obecnie reklama, jako jedna z najlepszych pokazujących proces przygotowywania ciasta PAN.



Badania przeprowadzone w 2012 roku wskazały, że zarówno obecni, jak i potencjalni konsumenci marki, oprócz doskonałej pizzy, oczekują również innych potraw, a szczególnie nieco „lżejszych” propozycji dań. Dlatego też Pizza Hut już drugi rok z rzędu promuje także ofertę z lekkimi posiłkami skupioną wokół pizzy na bardzo cienkim cieście typu Tuscani, doskonałych sałatek, jak również lemoniad. Po zeszłorocznym sukcesie również pierwsza połowa tego roku przyniosła dwucyfrowe wzrosty sprzedaży, a część produktów na stałe weszła do menu Pizza Hut. Latem odświeżona została druga sztandarowa propozycja Pizza Hut, jaką jest Bar Sałatkowy w ofercie „Placisz raz, jesz ile chcesz”. Tegoroczna odsłona charakteryzuje się znaczącą poprawą wizualną barów sałatkowych oraz wprowadzeniem do oferty kilkunastu nowych składników „premium”, takich jak oliwki i sery.

Aby zwiększyć skalę działania marka koncentruje się również na zwiększeniu sprzedaży poprzez kanał „na wynos”. W tym celu wprowadzona została bardzo atrakcyjna oferta. W poniedziałki dowolna pizzę na wynos można kupić już za 19,9 zł, a w środy do każdej zakupionej pizzy drugą, tańszą, można dokupić za złotówkę. Wprowadzenie oferty w jedynie dwa dni w tygodniu pozwoliło zwiększyć sprzedaż tego kanału o blisko 30%. Celem marki jest ponad 50% wzrost sprzedaży pochodzącej z kanału „na wynos” w 2013 roku, dlatego w przygotowaniu są już oferty na pozostałe dni tygodnia.

Pizza Hut szuka również okazji do lepszego zarządzania porami dnia, w których ruch jest mniejszy. Nowa oferta „Po godzinach” jest skierowana do wrażliwych cenowo konsumentów. Wszystkie przekąski za pół ceny i do każdego zamówionego piwa drugie gratis to oferta pozwalająca przyciągnąć do restauracji klientów od poniedziałku do czwartku po godzinie 19:00. Strategia zarządzania porami dnia i przyciągania większej liczby konsumentów poza godzinami szczytu będzie kontynuowana w drugiej połowie roku oraz w roku 2014.



Na drugie półrocze roku 2013 planowana jest kolejna odsłona oferty dla studentów „Zestaw z napojem już od 9,9 zł” oraz powrót Pizzy Korona, która była bestsellerem w roku 2011. Tym razem konsumenci oprócz wariantów serowych będą mieli okazję spróbować wersji mięsnych.

Na dzień publikacji niniejszego raportu Pizza Hut prowadzi 69 restauracji, 57 w Polsce, 10 w Rosji i 2 na Węgrzech.



Włączenie w 2012 roku Blue Horizon Hospitality Group do struktury AmRest wzbogaciło portfel marek segmentu CDR o dwie nowe pozycje funkcjonujące na rynku chińskim.

- Blue Frog Bar & Grill – restauracje oferujące grillowane dania kuchni amerykańskiej w przyjemnej atmosferze.
- KABB Bistro Bar – restauracja segmentu „premium”, serwująca gościom potrawy „kuchni zachodniej” oraz szeroki wybór win i drinków.

Zarówno Blue Frog, jak i KABB cieszą się dobrą renomą wśród gości i najemców oraz przyciągają klientów poszukujących restauracji kuchni zachodniej typu „bar & grill” o najwyższej jakości serwowanych potraw. Większość gości to stali bywalcy, którzy często wracają do tych restauracji, by w przyjaznej atmosferze zjeść swoje ulubione dania.

Blue Horizon, grupa spółek prowadzących obie marki, została założona w 2001 roku w Szanghaju przez Amerykanina z długoletnim doświadczeniem w prowadzeniu biznesu w Chinach. Przez kolejne lata zgromadził on wokół siebie grupę menedżerów, którzy tworzą obecnie doświadczony zespół zarządzający restauracjami KABB i Blue Frog.

Restauracje prowadzone przez Blue Horizon w pierwszej połowie roku 2013 wypracowały dwucyfrowy wzrost sprzedaży pomimo obserwowanego spowolnienia gospodarki chińskiej. Na szczególne wyróżnienie zasługuje restauracja Blue Frog w Nanjing, która wypracowała wyniki znacznie powyżej założeń i obecnie generuje przychody, których osiągnięcie było przewidywane dopiero na koniec roku 2014.

W drugiej połowie roku 2013 planuje się otwarcie 7 nowych restauracji. Dzięki dobrym relacjom z właścicielami wiodących centrów handlowych, zespół Blue Horizon zabezpieczył najlepsze lokalizacje w miastach takich jak: Pekin, Szanghaj, Wuxi, Chengdu, czy Dalian. Na rok 2014 planuje się kolejne 6 nowych otwarć. Niektóre umowy najmu zostały już podpisane, co stanowi silną podstawę do dalszego rozwoju.

W 2012 i 2013 roku zespół Blue Horizon pracował również nad budową infrastruktury niezbędnej do zapewnienia zrównoważonego wzrostu, bez utraty jakości marki. Do działań tych należy otwarcie nowej centralnej kuchni oraz wdrożenie autorskiego systemu operacyjnego AmRest, DOS+.

Na dzień publikacji niniejszego raportu Blue Horizon prowadzi 10 restauracji Blue Frog i 1 restaurację KABB.



3. Sieć dostawców

Pierwsza połowa roku 2013 była dość niespokojna dla rynków surowcowych. Sytuacja na rynku kurczaka w Polsce jest wciąż napięta. Wynika ona z wysokich cen pasz i niskiej opłacalności hodowli, czego efektem są redukcje stad i wzrost cen. Podobną sytuację można było zaobserwować na rynku wieprzowiny, gdzie doszło do spadku rentowności hodowli w zeszłym roku. Rynek mleka również przeżywa okres wzrostów cen głównie z powodu rosnącego zapotrzebowania na mleko w proszku na światowych rynkach. Mimo opisanej sytuacji AmRest'owi udało się utrzymać ceny produktów na poziomie umożliwiającym wykonanie planu. Było to możliwe głównie dzięki:

- Wieloletnim relacjom z dostawcami,
- Współpracy z producentami, którzy mają kontrolę nad surowcem oraz stosują nowoczesne technologie,
- Długoterminowym kontraktom zawieranych w możliwie najkorzystniejszym momencie, dzięki stałemu śledzeniu trendów na rynkach surowców,
- Konsolidacji zakupów pomiędzy rynkami,
- Zmianie dystrybutora w Czechach pod koniec zeszłego roku.

Obečne prognozy zbiorów w skali globalnej są optymistyczne i powinny wpłynąć pozytywnie nie tylko na ceny zbóż i produktów wytwarzanych na ich bazie, ale również pośrednio na ceny kurcząt, wołowiny i wieprzowiny. Pozytywne rokowania dotyczą również zbiorów rzepaku i soi, co powinno korzystnie wpłynąć na ceny produkowanych z nich olejów. Nie należy jednak zapominać o działaniach funduszy inwestycyjnych oraz o rosnącym popycie obserwowanym na rynkach azjatyckich (szczególnie w Chinach), który może mieć wpływ na globalną sytuację na rynkach surowcowych, powodując zawirowania cenowe pomimo pozytywnych prognoz. Finalna ocena sytuacji będzie możliwa dopiero po zakończeniu zbiorów na światowych rynkach. Strategia prowadzona przez AmRest, od lat w znacznej części oparta na budowaniu długoterminowych relacji z dostawcami, pozwala na uzyskanie optymalnych cen produktów i zminimalizowanie niekorzystnych czynników wywołujących zawirowania na rynkach surowców.

Najważniejsze założenia strategii grupy AmRest w dziedzinie zakupów na najbliższy okres:

- Śledzenie sytuacji na rynkach surowcowych w okresie zbiorów w celu podjęcia decyzji w możliwie najkorzystniejszym momencie,
- Praca nad zwiększeniem efektywności produkcji kluczowych dostawców,
- Poszerzenie gamy nowych produktów w celu zwiększenia atrakcyjności oferty na tle konkurencji,
- Zwiększenie udziału lokalnych dostawców w celu wzrostu konkurencyjności oraz zmniejszenia ryzyka kursowego,
- Konsolidacja zakupów w celu budowania skali.



Lista największych dostawców w firmie AmRest :

1. Eurocash S.A. – dystrybutor w Polsce,
2. Quick Service Logistics Czech s.r.o. – dystrybutor w Czechach,
3. Roldrob S.A. – dostawca wyrobów kurczaka w Polsce,
4. Drobimex Sp. z o.o. – dostawca wyrobów kurczaka w Polsce,
5. OOO RBD Distribution – dystrybutor w Rosji,
6. LDS Disztribútor Szolgáltató Kft. – dystrybutor na Węgrzech,
7. Vodnanská drůbež, a.s. – dostawca wyrobów kurczaka w Czechach,
8. Przedsiębiorstwo Drobiarskie Drobex Sp. z o.o. – dostawca wyrobów kurczaka w Polsce,
9. PPHU Konspol- Bis Sp. z o.o. – dostawca wyrobów kurczaka w Polsce,
10. OOO Alligator – dystrybutor w Rosji.

4. Osoby zarządzające i nadzorujące Spółką

Zarząd:

Mark Chandler

Wojciech Mroczyński

Drew O'Malley

Rada Nadzorcza:

Henry McGovern – przewodniczący

Peter A. Bassi – wiceprzewodniczący

Per Steen Breimyr

Raimondo Eggink

Robert Feuer

Joseph P. Landy

Bradley D. Blum

Na dzień publikacji niniejszego raportu powyższe listy odzwierciedlają aktualny skład Rady Nadzorczej i Zarządu Spółki. Zmiany osobowe w składzie Rady Nadzorczej oraz Zarządzie Spółki w okresie od 1 stycznia 2013 r. do dnia publikacji niniejszego raportu zostały opisane w punkcie 5.1.

5. Istotne informacje dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej lub wyniku finansowego Spółki

5.1. Ważniejsze zmiany kadrowe

Dnia 27 czerwca 2013 r. Zarząd AmRest Holdings SE („Spółka”) poinformował, że w związku z upływem w tym roku kalendarzowym 3-letniej kadencji, dwóm dotychczasowym Członkom Zarządu Spółki: Panu Markowi Chandler’owi i Panu Drew O’Malley w dniu Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki, tj. 27 czerwca 2013 r. wygasły mandaty. Podstawą prawną wygaśnięcia mandatów był art. 369 §4 ustawy z dnia 15 września 2000r. Kodeks spółek handlowych (Dz.U.2000.94.1037 z późn.zm.).

Wobec powyższego w Zarządzie Spółki po 27 czerwca 2013 r. zasiadał wyłącznie Pan Wojciech Mroczyński.

Uzupełnienie składu Zarządu Spółki poprzez powołanie nowych członków miało nastąpić na najbliższym posiedzeniu Rady Nadzorczej.

W dniu 1 sierpnia 2013 r. AmRest poinformował, że w dniu 31 lipca 2013 roku Rada Nadzorcza AmRest podjęła uchwały o ponownym powołaniu na stanowisko Członka Zarządu AmRest Pana Marka Chandler oraz Pana Drew O’Malley. Uchwały weszły w życie z dniem podjęcia.

Informacje na temat powołanych osób zarządzających:

Mark Chandler

Pan Mark Chandler jest absolwentem studiów z zakresu matematyki i ekonomii na Whitman College. Uzyskał również tytuł MBA z marketingu i finansów na Columbia University w USA.

Pan Mark Chandler rozpoczął pracę w Grupie Emitenta w 2008 roku na stanowisku Dyrektora Finansowego (Chief Financial Officer). Posiada bogate doświadczenie z zakresu finansów, zarządzania i rozwoju biznesu.

Pan Chandler wcześniej pracował jako CFO w Waytronix Inc. (obecnie CUI Global Inc.), spółce publicznej zajmującej się technologiami informatycznymi. Przez 23 lata pracował w Sara Lee Corporation, gdzie pełnił wiele funkcji zarządczych, w tym funkcję CEO ds. rozwoju biznesu w Europie oraz jako członek zarządu Sara Lee Apparel Europe. Swoją karierę zawodową rozpoczynał w American Express oraz w spółce General Foods.

Pan Chandler poinformował, że nie prowadzi działalności w jego ocenie konkurencyjnej w stosunku do działalności wykonywanej w ramach przedsiębiorstwa oraz nie uczestniczy w spółce konkurencyjnej do AmRest jako wspólnik spółki cywilnej, spółki osobowej ani jako członek organu spółki kapitałowej. Pan Chandler nie figuruje również w Rejestrze Dłużników Niewypłacalnych.

Drew O’Malley

Pan Drew O’Malley jest absolwentem Goergetown University w Waszyngtonie i studiów MBA na Uniwersytecie Michigan Business School.

Pan Drew O’Malley jest jednym z pierwszych pracowników AmRest. Pracuje dla firmy od 1994 roku i pełnił dla Emitenta wiele funkcji zarządczych, takich jak: Dyrektor Marketingu, Dyrektor Operacyjny biznesu AmRest w Republice Czeskiej (Czech Operations Director), Dyrektor marki KFC (KFC Brand President), Dyrektor Zarządzający dla Starbucks (Managing Director of Starbucks) oraz Dyrektor Operacyjny (Chief Operating Officer). Obecnie Pan O’Malley obejmuje stanowisko Dyrektora Dywizji Europa Centralna (CE Division President).

Pan Drew O’Malley wcześniej pracował w McKinsey & Company, American Express Company oraz Citibanku.

Pan O’Malley poinformował, że nie prowadzi działalności w jego ocenie konkurencyjnej w stosunku do działalności wykonywanej w ramach przedsiębiorstwa oraz nie uczestniczy w spółce konkurencyjnej do AmRest jako wspólnik spółki cywilnej, spółki osobowej ani jako członek organu spółki kapitałowej. Pan O’Malley nie figuruje również w Rejestrze Dłużników Niewypłacalnych.

Dnia 26 czerwca 2013 r. Zarząd AmRest poinformował, że w dniu 25 czerwca 2013 r. powziął informację o rezygnacji Pana Jana Sykory z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej AmRest ze skutkiem natychmiastowym.

W dniu 27 czerwca 2013 r. Zarząd AmRest poinformował, że w dniu 27 czerwca 2013 roku powziął informację o rezygnacji Pana Jacka Kseń z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej AmRest z dniem 27 czerwca 2013 roku.

Dnia 27 czerwca 2013 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie AmRest, działając na podstawie art. 385 §1 Kodeksu Spółek Handlowych w związku z art. 9 i art. 53 rozporządzenia Rady (WE) nr 2157/2001 z dnia 8 października 2001 r. w sprawie statutu spółki europejskiej, §9 ust. 3 Statutu Spółki oraz Uchwały nr 12 z dnia 30 czerwca 2010 roku Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki w sprawie ustalenia liczby członków Rady Nadzorczej, powołało Petera A. Bassi oraz Bradley'a D. Blum na członków Rady Nadzorczej Spółki. Uchwały weszły w życie z dniem podjęcia. Kandydatura zarówno Pana Peter A. Bassi, jak i Pana Bradley'a D. Blum została zgłoszona przez jednego z akcjonariuszy Spółki, Warburg Pincus Holdings VII B.V., z siedzibą w Amsterdamie.

W dniu 31 lipca 2013 roku Rada Nadzorcza AmRest podjęła uchwałę o powołaniu Petera A. Bassi na Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej. Uchwała weszła w życie z dniem podjęcia.

Informacje na temat powołanych członków Rady Nadzorczej:

Peter A. Bassi

Pan Peter A. Bassi pełnił ostatnio funkcję dyrektora zarządzającego i partnera w Verto Partners LLC. W latach 1997-2005 Pan Bassi był prezesem i przewodniczącym rady dyrektorów w YUM! Restaurants International (YRI) i odpowiadał za ponad 12 000 restauracji zlokalizowanych w ponad 100 krajach. Był również odpowiedzialny za biznes YRI w Azji.

Wcześniej Pan Bassi zajmował szereg stanowisk kierowniczych w PepsiCo i YRI (w tym stanowiska wiceprezesa zarządu i dyrektora finansowego), pracując dla Pepsi-Cola Company, PepsiCo Restaurants International, Frito-Lay, Pizza Hut oraz Taco Bell. Pan Bassi dołączył do Pepsi-Cola Company w 1972 roku.

Pan Bassi zasiada obecnie w dwóch radach dyrektorów - BJ's Restaurants Inc., gdzie pełni funkcję niezależnego dyrektora (zasiada również w Komitetach Audytu i Wynagrodzeń) oraz Potbelly Sandwich Works, gdzie przewodniczy Komitetowi Audytu. Wcześniej był członkiem rady dyrektorów EPL Intermediate Inc. (2008-2009) i Pep Boys - Manny, Moe & Jack (2002-2009).

Pan Bassi otrzymał tytuł Bachelor of Science z matematyki oraz MBA w dziedzinie finansów na Uniwersytecie Rhode Island.

Pan Bassi poinformował, że inne działalności wykonywane przez niego poza przedsiębiorstwem Emitenta nie są w jego ocenie konkurencyjne w stosunku do działalności wykonywanej w ramach przedsiębiorstwa Emitenta oraz, że nie uczestniczy w spółce konkurencyjnej w stosunku do spółki Emitenta jako wspólnik spółki cywilnej, spółki osobowej ani jako członek organu spółki kapitałowej, nie figuruje również w Rejestrze Dłużników Niewypłacalnych.

Bradley D. Blum

Pan Bradley D. Blum jest założycielem i właścicielem Blum Enterprises. Sprawując funkcję prezesa zarządu, Pan Blum przywrócił wielu firmom rentowność. Przywództwo w Olive Garden (lata 1994-2002), Burger King (lata 2002-2004) i Romano's Macaroni Grill (lata 2008-2010) jest najlepszym dowodem na jego osiągnięcia w tworzeniu wartości dodanej.

Pan Blum otrzymał wiele nagród branży restauracyjnej, w tym „MUFSO Operator of the Year”, „Golden Chain Awards” w 2000 roku oraz „Menu Masters Innovator of the Year” w 2010 roku.

Na początku swojej kariery, Pan Blum był dyrektorem marketingu w General Mills. Odegrał kluczową rolę w powstaniu Cereal Partners Worldwide (CPW), spółki joint venture pomiędzy Nestle i General Mills.

Pan Blum jest właścicielem restauracji Dogmatic, otwartej w 2008 roku w Nowym Jorku. Na początku roku 2012, Pan Blum został członkiem rady dyrektorów, strategicznym partnerem i inwestorem w

restauracjach Leon. Pan Blum pełni również funkcję przewodniczącego rady dyrektorów w Boundary Waters Brands.

Pan Blum był członkiem rady ekspertów w Sun Trust Bank i przewodniczącym Rady Rozwoju Gospodarczego miasta Winter Park na Florydzie. Obecnie jest on członkiem kilku rad dyrektorów typu non-profit: Board of Trustees of the Atlantic Center for the Arts na Florydzie; Board of the Himalayan Youth Foundation, czy Board of the Dr. Phillips Performing Arts Center.

Pan Blum zdobył tytuł Bachelor of Arts w dziedzinie ekonomii i „urban studies” na Denison University oraz MBA z marketingu i finansów na Northwestern University’s Kellogg Graduate School of Management.

Pan Blum poinformował, że inne działalności wykonywane przez niego poza przedsiębiorstwem Emitenta nie są w jego ocenie konkurencyjne w stosunku do działalności wykonywanej w ramach przedsiębiorstwa Emitenta oraz, że nie uczestniczy w spółce konkurencyjnej w stosunku do spółki Emitenta jako wspólnik spółki cywilnej, spółki osobowej ani jako członek organu spółki kapitałowej, nie figuruje również w Rejestrze Dłużników Niewypłacalnych.

5.2. Sytuacja finansowa i majątkowa Spółki

TABELA 1 PODSTAWOWE DANE FINANSOWE AMREST (PIERWSZE PÓŁROCZE W LATACH 2013-2011)

w tys. zł o ile nie podano inaczej	30-cze-13	30-cze-12*	30-cze-11
Przychody ze sprzedaży	1 274 267	1 112 766	786 026
Zysk operacyjny przed amortyzacją (tys. zł.EBITDA)	106 855	137 120	93 591
Rentowność operacyjna przed amortyzacją (marża EBITDA)	8,4%	12,3%	11,9%
Zysk (strata) na działalności operacyjnej (tys. zł.)	7 464	49 758	34 161
Rentowność operacyjna (marża EBIT)	0,6%	4,5%	4,3%
Zysk (strata) netto (tys. zł.) dla akcjonariuszy AmRest	42 771	18 616	18 459
Rentowność netto	3,4%	1,7%	2,3%
Kapitały własne	1 154 864	1 025 566	849 391
Stopa zwrotu z zainwestowanego kapitału własnego (ROE)	10,0%	4,0%	4,6%
Suma bilansowa	2 697 687	2 624 856	2 283 588
Stopa zwrotu z aktywów (ROA)	4,3%	1,5%	1,9%

**Dane przekształcone*

Definicje:

- rentowność operacyjna z uwzględnieniem amortyzacji – stosunek zysku operacyjnego przed amortyzacją (EBITDA) do przychodów ze sprzedaży;
- rentowność operacyjna – stosunek zysku operacyjnego do przychodów ze sprzedaży;
- rentowność netto – stosunek zysku netto do przychodów ze sprzedaży;
- stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE) – stosunek zysku netto do kapitałów własnych;
- stopa zwrotu z aktywów (ROA) – stosunek zysku netto do stanu aktywów;

TABELA 2 ANALIZA PŁYNNOŚCI (W LATACH 2013-2012)

w tys. zł o ile nie podano inaczej	30-cze-13	31-gru-12	30-cze-12
Aktywa obrotowe	388 547	370 469	543 088
Zapasy	44 255	42 036	37 186
Zobowiązania krótkoterminowe	572 233	519 265	344 456
<i>Wskaźnik płynności szybkiej</i>	0,6	0,6	1,5
<i>Wskaźnik płynności bieżącej</i>	0,7	0,7	1,6
Środki pieniężne	243 842	207 079	147 274
<i>Wskaźnik natychmiastowy</i>	0,4	0,4	0,4
<i>Wskaźnik rotacji zapasów (w dniach)</i>	6,1	6,0	6,4
Należności handlowe i pozostałe	62 551	90 983	54 185
<i>Wskaźnik rotacji należności handlowych (w dniach)</i>	10,8	10,2	11,4
<i>Wskaźnik (cykl) operacyjny (w dniach)</i>	16,9	16,2	17,8
Zobowiązania handlowe i pozostałe	347 038	320 485	222 261
<i>Wskaźnik rotacji zobowiązań handlowych (w dniach)</i>	47,1	40,4	42,9
<i>Wskaźnik konwersji gotówkowej (w dniach)</i>	-30,2	-24,2	-25,1

Definicje:

- wskaźnik płynności szybkiej - stosunek majątku obrotowego pomniejszonego o zapasy do wartości zobowiązań krótkoterminowych;
- wskaźnik płynności bieżącej – stosunek majątku obrotowego do zobowiązań krótkoterminowych;
- wskaźnik natychmiastowy – stosunek stanu środków pieniężnych do stanu zobowiązań bieżących na koniec okresu;
- wskaźnik rotacji zapasów (w dniach) – stosunek średniej wysokości zapasów do przychodów ze sprzedaży pomnożonych przez liczbę dni danego okresu;
- wskaźnik rotacji należności handlowych (w dniach) – stosunek średniej wysokości należności handlowych do przychodów ze sprzedaży pomnożonych przez liczbę dni danego okresu;
- wskaźnik (cykl) operacyjny (w dniach) – suma cyklu rotacji zapasów oraz cyklu rotacji należności;
- wskaźnik rotacji zobowiązań handlowych (w dniach) – stosunek średniej wysokości zobowiązań handlowych do przychodów ze sprzedaży przez liczbę dni danego okresu;
- wskaźnik konwersji gotówkowej – różnica między wskaźnikiem (cyklem) operacyjnym a wskaźnikiem rotacji zobowiązań z tytułu dostaw i usług.

TABELA 3 ANALIZA ZADŁUŻENIA (W LATACH 2013-2012)

w tys. zł o ile nie podano inaczej	30-cze-13	31-gru-12	30-cze-12
Majątek trwały	2 309 140	2 175 994	2 081 768
Zobowiązania długoterminowe	970 590	957 432	1 254 834
Dług	1 018 617	793 082	948 919
Udział zapasów w aktywach obrotowych (%)	11,39%	11,35%	6,80%
Udział należności handlowych w aktywach obrotowych (%)	16,10%	24,55%	10,00%
Udział środków pieniężnych w aktywach obrotowych (%)	62,76%	55,90%	27,10%
Wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym	0,5	0,5	0,5
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	0,6	0,9	0,6
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	0,8	1,4	1,2
Wskaźnik zobowiązań do kapitału własnego	1,3	0,7	1,6

Definicje:

- Dług, suma krótko i długoterminowych kredytów i pożyczek,
- Udział zapasów, należności handlowych, środków pieniężnych w aktywach obrotowych – stosunek odpowiednio zapasów, należności handlowych, środków pieniężnych do aktywów obrotowych,
- Wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym - stosunek kapitału własnego do majątku trwałego,
- Wskaźnik ogólnego zadłużenia – stosunek zobowiązań i rezerw ogółem do wartości aktywów,
- Wskaźnik zadłużenia długoterminowego – stosunek zobowiązań długoterminowych do kapitału własnego,
- Wskaźnik zobowiązań do kapitału własnego – stosunek wartości zobowiązań i rezerw na koniec danego okresu do wartości kapitałów własnych.

Z uwagi na rosnące znaczenie operacji prowadzonych na rynkach, gdzie testowana jest możliwość ekspansji marki La Tagliatella, Zarząd AmRest podjął decyzję o wydzieleniu segmentu „Nowe Rynki” z dywizji hiszpańskiej. Aktualna forma prezentacji wyników generowanych na rynkach testowych pozwoli również uczestnikom rynku na pełniejsze zrozumienie sytuacji w Chinach, Indiach, Francji, Niemczech i USA.

SPRZEDAŻ

Sprzedaż Grupy AmRest w pierwszym półroczu 2013 roku wyniosła 1 274 mln zł. Stanowiło to wzrost o 14% w porównaniu z analogicznym okresem roku 2012.

Przychody w drugim kwartale 2013 roku wyniosły 665 mln zł, był to wzrost o 17% w porównaniu z rokiem ubiegłym. W walutach lokalnych sprzedaż w drugim kwartale wzrosła o ok. 16%.

Największy wpływ na dynamiczny wzrost przychodów w pierwszym półroczu 2013 miała konsolidacja wyników generowanych przez AmRest na Nowych Rynkach - ponad 61 mln zł. Restauracje marek Blue Frog i Kabb, należące do przejętej w grudniu 2012 grupy Blue Horizon dodały do obrotów Grupy ponad 50 mln zł. W drugim kwartale przychody grupy Blue Horizon kontynuowały dwucyfrowy wzrost sprzedaży w restauracjach porównywalnych, trend obserwowany również w pierwszych trzech miesiącach 2013.

Przychody dywizji rosyjskiej wzrosły w pierwszej połowie 2013 o prawie 27% do 187 mln zł. Podobną dynamikę zaobserwowano w drugim kwartale. Silny wzrost wynika zarówno z utrzymującego się dwucyfrowego tempa wzrostu sprzedaży w restauracjach porównywalnych, jak i otwierania nowych restauracji – w ciągu ostatnich czterech kwartałów otworzono w dywizji rosyjskiej 11 restauracji KFC.

Sprzedaż w CEE wzrosła w pierwszej połowie 2013 o 6% do 755 mln zł. Przychody w drugim kwartale wzrosły o 10% do 395 mln zł. Zwiększenie przychodów pomimo utrzymujących się spadków sprzedaży w restauracjach porównywalnych było możliwe dzięki wysokiej liczbie otwieranych w regionie restauracji – 39 otwarć w ciągu ostatnich czterech kwartałów.

Przychody dywizji hiszpańskiej wzrosły w pierwszej połowie 2013 roku o 5% do 271 mln zł. W drugim kwartale sprzedaż wzrosła o 6% do 136 mln zł. Sprzedaż w restauracjach porównywalnych charakteryzują w dalszym ciągu jednocyfrowe spadki sprzedaży. Warto jednak podkreślić bardzo dobre wyniki osiągane w nowo otwieranych restauracjach dzięki bardzo selektywnej strategii otwierania nowych punktów.

RENTOWNOŚĆ

Zysk na poziomie EBITDA wyniósł w pierwszej połowie 2013 roku 107 mln zł. Spadek ze 137 mln zł wygenerowanych w drugim półroczu ubiegłego roku wynika przede wszystkim z 28 mln zł straty odnotowanej na Nowych Rynkach. Analogiczna sytuacja miała miejsce w drugim kwartale 2013. Zysk na poziomie EBITDA spadł z 69 mln zł w do 55 mln zł w ostatnim kwartale, głównie z powodu straty w wysokości 17 mln zł wynikającej z kosztów związanych z ekspansją marki La Tagliatella w Chinach, Indiach, Niemczech i USA.

Marża EBITDA Grupy AmRest, w pierwszej połowie 2013 roku wyniosła 8,4% w porównaniu do 12,3% w analogicznym okresie roku 2012. W drugim kwartale osiągnięto marżę w wysokości 8,2%.

Restauracje działające na rynku hiszpańskim wygenerowały w pierwszej połowie roku 2013 marżę 19% i 20% w drugim kwartale. Bardzo wysokie marże osiągane pomimo wspomnianej słabszej sprzedaży w restauracjach porównywalnych wynikają z unikalnego, opartego na kuchni centralnej, modelu biznesowego La Tagliatelli – dodawanie kolejnych restauracji do systemu pozwala na lepsze wykorzystanie aktywów kuchni centralnej i wyższe marże.

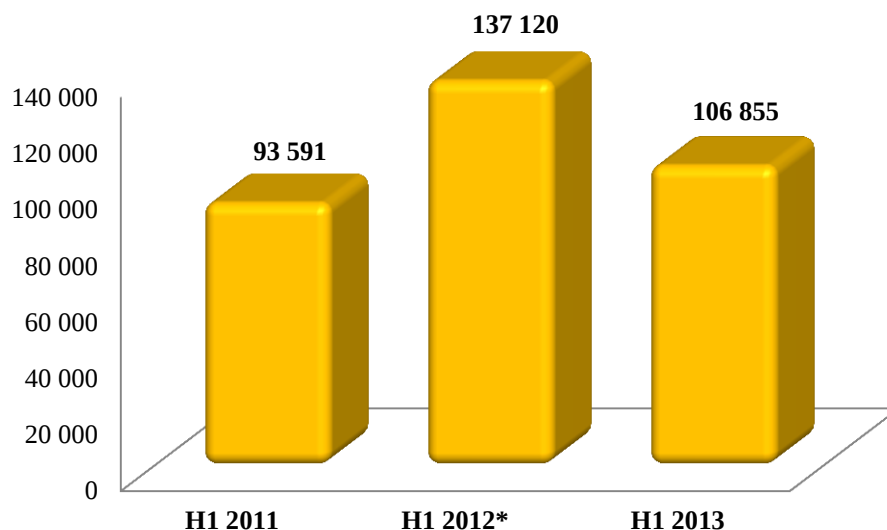
Pomimo silnego, prawie 15% nominalnego wzrostu zysku na poziomie EBITDA, restauracje działające na rynku rosyjskim odnotowały spadek marży zarówno w drugim kwartale jak i w całym półroczu. Obniżenie marży wynika z wyższych kosztów pracy. Obecnie prowadzone są intensywne prace mające na celu zwiększenie efektywności załogi restauracji i redukcja kosztów o min. 1 p.p.

W drugim kwartale obserwowano spadek marży w dywizji Europa Środkowo-Wschodnia. Rentowność EBITDA obniżyła się do 9,7% w ostatnim kwartale i 9,3% w półroczu. Pogorszenie się marży w regionie CEE wynika z utrzymującej się gorszej sprzedaży w restauracjach porównywalnych w największej marce w portfolio AmRest – KFC. Z uwagi na większe zainteresowanie gości ofertą „value” zaobserwowano spadek średniego rachunku przy utrzymującej się liczbie transakcji. Spowodowało to pogorszenie się struktury kosztów i obniżenie marż. W opinii zarządu rentowność jest odzwierciedleniem sytuacji ekonomicznej w CEE, można więc będzie oczekiwać poprawy rentowności wraz z polepszającymi się wynikami gospodarczymi regionu.

Pozostałe marki w dywizji CEE zanotowały poprawę wyników pomimo trudnych warunków ekonomicznych. Restauracje Pizza Hut kontynuują silne wzrosty sprzedaży w restauracjach porównywalnych, co przyczynia się do poprawy marż. Podobne trendy obserwowane są w restauracjach Burger King i kawiarniach Starbucks, gdzie w pierwszej połowie 2013 odnotowano zysk na poziomie EBITDA.

Strata EBITDA w segmencie „nieprzypisane” wynika z rozliczenia kosztów związanych z przejęciami w tym koszty obsługi prawnej wykupu akcjonariuszy mniejszościowych grupy Restauravia.

WYKRES 5 EBITDA W PIERWSZEJ POŁOWIE ROKU W LATACH 2011–2013 (TYS. ZŁ)



**Dane przekształcone*

WYNIK NETTO

Wynik netto dla akcjonariuszy AmRest wzrósł w pierwszej połowie 2013 o 84% do 42 mln zł z 23 mln zł w drugim półroczu roku ubiegłego. Silny wzrost zysku pomimo gorszych niż w poprzednim roku wyników operacyjnych wynikał przede wszystkim z pozytywnego wpływu rozliczenia opcji put akcjonariuszy niekontrolujących grupy Restauravia. Dzięki wcześniejszemu wykonaniu wspomnianej opcji wykup udziałów niekontrolujących był mniej kosztowny niż pierwotnie zakładano, pozwoliło to na zaksięgowanie zysku z tego tytułu w wysokości 63 mln zł. Kolejnym czynnikiem o charakterze jednorazowym wpływającym na zysk netto była strata w wysokości prawie 13 mln zł na działalności zaniechanej, wynikająca z gorszych w porównaniu do pierwotnych założeń warunków zaniechania działalności restauracji Applebee's.

WSKAŹNIKI ZADŁUŻENIA

Wskaźniki płynności kształtują się na poziomach zapewniających niezakłóconą działalność operacyjną, a ich relatywnie niski poziom związany jest ze specyfiką branży restauracyjnej. Generowane na bieżąco nadwyżki środków pieniężnych pozwalają na płynną obsługę istniejącego zadłużenia oraz finansowanie planowanych wydatków inwestycyjnych.

Kapitał własny wzrósł do 1 155 mln zł, z 1 070 mln zł na koniec roku 2012. Stosunek zadłużenia netto do skorygowanego zysku EBITDA na koniec pierwszego półrocza 2013 roku wynosi 2,9.

TABELA 4 SPRZEDAŻ I MARŻE WYGENEROWANE NA POSZCZEGÓLNYCH RYNKACH W PIERWSZYCH POŁOWACH LAT 2013 I 2012

	H1 2013		H1 2012	
	udział w sprzedaży	marża	udział w sprzedaży	marża
Sprzedaż	1 274 267		1 112 766	
<i>Polska</i>	520 445	40,8%	492 406	44,3%
<i>Republika Czeska</i>	164 554	12,9%	158 578	14,2%
<i>Pozostałe CEE</i>	69 812	5,5%	56 542	5,1%
Razem CEE	754 811	59,2%	707 526	63,6%
Rosja	186 655	14,7%	147 201	13,2%
Hiszpania	271 320	21,3%	257 744	23,2%
Nowe Rynki	61 481	4,8%	295	0,0%
EBITDA	106 855	8,4%	137 120	12,3%
<i>Polska</i>	51 381	9,9%	54 782	11,1%
<i>Republika Czeska</i>	16 969	10,3%	21 234	13,4%
<i>Pozostałe CEE</i>	2 078	3,0%	898	1,6%
Razem CEE	70 428	9,3%	76 914	10,9%
Rosja	20 754	11,1%	18 159	12,3%
Hiszpania	51 815	19,1%	56 369	21,9%
Nowe Rynki	-27 991	-	-9 420	-
Nieprzypisane	-8 151	-	-4 902	-
Skorygowana EBITDA^[1]	120 778	9,5%	147 699	13,3%
<i>Polska</i>	55 226	10,6%	59 428	12,1%
<i>Republika Czeska</i>	18 397	11,2%	23 556	14,9%
<i>Pozostałe CEE</i>	2 689	3,9%	1 902	3,4%
Razem CEE	76 312	10,1%	84 886	12,0%
Rosja	22 708	12,2%	20 037	13,6%
Hiszpania	52 324	19,3%	56 369	21,9%
Nowe Rynki	-23 375	-	-8 691	-
Nieprzypisane	-7 191	-	-4 902	-
EBIT	7 464	0,6%	49 758	4,5%
<i>Polska</i>	9 049	1,7%	17 628	3,6%
<i>Republika Czeska</i>	3 253	2,0%	4 572	2,9%
<i>Pozostałe CEE</i>	-3 779	-5,4%	-3 590	-6,3%
Razem CEE	8 523	1,1%	18 610	2,6%
Rosja	9 483	5,1%	8 534	5,8%
Hiszpania	31 514	11,6%	36 940	14,3%
Nowe Rynki	-33 905	-	-9 423	-
Nieprzypisane	-8 151	-	-4 903	-

^[1] EBITDA skorygowana o koszty nowych otwarć (Start-up) i koszty nabyć i połączeń – wszelkie istotne koszty związane ze sfinalizowaną transakcją nabycia bądź połączenia dotyczące usług profesjonalnych (prawnych, finansowych, innych) bezpośrednio związanych z tą transakcją..

5.3. Opis głównych inwestycji krajowych i zagranicznych

Ponoszone przez AmRest wydatki inwestycyjne dotyczą przede wszystkim budowy nowych restauracji oraz odbudowy i odtworzenia wartości środków trwałych w istniejących restauracjach. Wydatki inwestycyjne Spółki zależą przede wszystkim od liczby oraz typu otwieranych restauracji.

Inwestycje w roku 2013 były finansowane głównie z przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej.

Poniższa tabela przedstawia zwiększenia majątku trwałego na dzień 30 czerwca 2013 r. oraz na dzień 30 czerwca 2012 r.

TABELA 7 ZWIĘKSZENIA MAJĄTKU TRWAŁEGO W AMREST HOLDINGS SE (PIERWSZE PÓŁROCZE W LATACH 2013-2012)

Wartości w tys. zł	30-06-2013	30-06-2012
Aktywa niematerialne, w tym:		
Znaki towarowe	-	-
Korzystne umowy najmu	-	240
Licencje do używania znaku Pizza Hut i KFC	3 047	4 446
Wartość firmy	-	-
Inne aktywa niematerialne	3 804	5 668
Środki trwałe, w tym:		
Grunt	3 962	11
Budynki	48 301	55 284
Sprzęt	45 490	48 527
Środki transportu	121	357
Inne (uwzględniają środki trwałe w budowie)	29 478	27 152
Razem	134 203	141 685

TABELA 8 LICZBA RESTAURACJI AMREST (STAN NA DZIEŃ PUBLIKACJI RAPORTU)

Countries	Brands	31-12-2010	31-12-2011	31-12-2012	23-08-2013
Poland	TOTAL	206	256	279	286
	KFC	121	150	163	170
	BK	19	27	28	26
	SBX	9	21	32	33
	PH	57	58	56	57
Czech	TOTAL	75	73	83	86
	KFC	58	56	62	63
	BK	5	5	7	7
	SBX	12	12	14	16
Hungary	TOTAL	21	29	34	37
	KFC	16	21	25	26
	SBX	3	6	7	9
	PH	2	2	2	2
Russia	TOTAL	50	55	66	72
	KFC	39	44	56	62
	PH	11	11	10	10
Bulgaria	TOTAL	5	5	6	5
	KFC	2	2	4	4
	BK	3	3	2	1
Serbia	TOTAL	3	4	4	5
	KFC	-	4	4	5
Croatia	TOTAL	-	1	2	3
	KFC	-	1	2	3
Spain	TOTAL	-	152	168	175
	TAGE	-	35	47	48
	TAGF	-	85	89	96
	KFC	-	32	32	31
France	TOTAL	-	2	5	5
	TAGE	-	-	1	1
	TAGF	-	2	4	4
Germany	TOTAL	-	-	2	3
	TAGE	-	-	2	3
China	TOTAL	-	-	12	15
	Blue Frog	-	-	10	10
	KABB	-	-	1	1
	Stubb's	-	-	-	1
	TAGE	-	-	1	3
India	TOTAL	-	-	-	2
	TAGE	-	-	-	2
USA	TOTAL	103	103	1	4
	AB	103	103	-	-
	TAGE	-	-	1	4
Total Amrest		463	680	662	698

Na dzień 23 sierpnia 2013 roku AmRest prowadził 698 restauracji, w tym 161 restauracji La Tagliatella, z czego 100 zarządzanych przez franczyzobiorców. W porównaniu z 31 grudnia 2012 Spółka prowadzi o 36 restauracji więcej z czego 19 to nowe otwarcia w Europie Środkowo-Wschodniej, 6 w Rosji, 6 to otwarcia w Hiszpanii (w tym 5 otworzyć restauracji prowadzonych przez franczyzobiorców), a 10 na Nowych Rynkach.

TABELA 9 NOWE RESTAURACJE AMREST

	AmRest restauracje własne	AmRest restauracje franczyzowe	Suma
31.12.2012	569	93	662
Nowe otwarcia	36*	5	41
Relokacje	0	2	2
Zamknięcia	7	0	7
23.08.2012	598	100	698

*w tym otwarcie pierwszej restauracji Stubb's

5.4. Pozostałe informacje

Dnia 8 czerwca 2013 r. Zarząd AmRest poinformował o podpisaniu w dniu 7 czerwca 2013 r. Umów Sprzedaży i Nabycia Udziałów („SPA”) pomiędzy AmRest Sp. z o.o. spółką w 100% zależną od AmRest („Kupujący”), a María Elena Pato-Castel Tadeo, David Gorgues Carnicé, Luis Miguel Burgaz Fernández, Angélica Rivera Campos, María José Michavila Escribano, Jesús Collado Rodríguez, José Roige Tamarit, Pablo Arredondo Braña, Juan Ramón Hernández López, Francisco-Javier Blasco Jiménez, i Juan José Castellvi Hermosilla oraz Kenvest Restoration S.L. i Ebitda Consulting S.L. (łączenie zwani dalej „Udziałowcami Mniejszościowymi”, bądź „Sprzedającymi”).

Przedmiotem umów było nabycie przez AmRest 23,7% udziałów AmRest TAG S.L. („AmRest TAG”) posiadanych przez Udziałowców Mniejszościowych, za łączną cenę nabycia 31,9 milionów Euro. W wyniku transakcji AmRest miał stać się 100% udziałowcem AmRest TAG.

Kupujący i Sprzedający uzgodnili, że sfinalizowanie transakcji nastąpi do dnia 26 czerwca 2013 r. („Data Finalizacji”). Finalizacja umowy miała być uzależniona od uzyskania przez Kupującego finansowania niezbędnego do zapłaty ceny sprzedaży.

Ebitda Consulting S.L. („Ebitda”) zobowiązała się do zainwestowania dochodu netto uzyskanego z transakcji, w nabycie akcji AmRest („Kwota Inwestycji w Akcje”). Kupujący i Ebitda uzgodnili mechanizm korekty ceny, w ten sposób, że obie strony podzielią między sobą w równych częściach każdą pozytywną bądź negatywną różnicę pomiędzy Kwotą Inwestycji w Akcje, a rzeczywistą ceną zapłaconą przez Ebitda za nabycie akcji AmRest. Ebitda zobowiązała się nie dokonywać zbycia akcji AmRest na rzecz osób trzecich, w ciągu 2 lat od Dnia Finalizacji („Lock-Up”).

W dniu 25 czerwca, 2013 r., Zarząd AmRest poinformował o częściowej finalizacji ("Częściowa Finalizacja") Umów Sprzedaży i Nabycia Udziałów. Częściowa Finalizacja nastąpiła w dniu 24 czerwca 2013 r.

W wyniku Częściowej Finalizacji AmRest nabył 2 616 700 udziałów spółki AmRest TAG za łączną kwotę 29 608 840 EUR i został właścicielem 98,4% jej udziałów.

Pozostałe udziały miały zostać przekazane w terminie do 28 czerwca 2013.

Dnia 29 czerwca 2013 r. AmRest poinformował o finalizacji („Finalizacja”) Umów Sprzedaży i Nabycia Udziałów. Finalizacja nastąpiła w dniu 28 czerwca 2013 r.

W wyniku Finalizacji AmRest nabył pozostałe 183 300 udziałów spółki AmRest TAG za łączną kwotę 2 338 007 EUR i został właścicielem 100% jej udziałów.

Dnia 19 czerwca 2013 r. Zarząd AmRest Holdings SE („Emitent”) poinformował, że w dniu 18 czerwca 2013 roku Spółka dokonała emisji obligacji będącej elementem planu dywersyfikacji źródeł finansowania dłużnego AmRest. Środki z emisji wykorzystane zostaną na rozwój Spółki.

AmRest wyemitował 14 000 obligacji zdematerializowanych na okaziciela o wartości nominalnej jednej obligacji PLN 10 000 i cenie emisyjnej równej 100% wartości nominalnej – łączna wartość emisji wyniosła PLN 140 000 000.

Wszystkie obligacje oprocentowane są na podstawie zmiennej stopy 6M WIBOR powiększonej o marżę i mają datę wykupu 30 czerwca 2018 roku. Odsetki będą płatne w półrocznych okresach (30 czerwca i 30 grudnia) począwszy od 30 grudnia 2013 roku. Emisja obligacji nie została dodatkowo zabezpieczona.

Wartość zaciągniętych zobowiązań AmRest na ostatni dzień kwartału poprzedzającego udostępnienie propozycji nabycia wynosiła PLN 855 mln. Szacuje się, że poziom skonsolidowanego zadłużenia netto do czasu całkowitego wykupu obligacji nie przekroczy 3,5-krotności wartości skonsolidowanego zysku EBITDA za okres ostatnich 12 miesięcy.

Dane umożliwiające potencjalnym Obligatariuszom orientację w efektach przedsięwzięcia, które ma być sfinansowane z emisji Obligacji, oraz zdolności Emitenta do wywiązywania się z zobowiązań wynikających z Obligacji – zostaną zawarte w rocznych oraz śródrocznych sprawozdaniach finansowych AmRest publikowanych na GPW oraz umieszczone na stronie internetowej Emitenta [www.amrest.eu].

6. Planowane działania inwestycyjne oraz ocena możliwości ich realizacji

AmRest od wielu lat kontynuuje swoją dynamiczną ekspansję poprzez rozwijanie swojego biznesu podstawowego oraz poprzez inwestowanie w nowe źródła wzrostu.

Głównym motorem wzrostu w ramach biznesu podstawowego jest otwieranie nowych lokalizacji oraz wzrost sprzedaży restauracji już istniejących. Poprzez ciągłe poszukiwanie nowych źródeł wzrostu w postaci nowych rynków i marek Spółka cały czas poszerza swoją bazę wzrostu. Jednym z istotnych źródeł poszerzania tej bazy są akwizycje. Oparta na dwóch filarach strategia wzrostu, będzie kontynuowana w przyszłości.



W ramach działalności podstawowej priorytetem będzie dalsza penetracja rynku poprzez kontynuację dynamicznego tempa otwarcia nowych restauracji. Struktura nowych otwarć w dużej mierze będzie odzwierciedlać istniejący portfel restauracji, w którym pozycję dominującą mają marki KFC i La Tagliatella. Głównymi z kryteriów w kształtowaniu struktury otwarć i akwizycji będą poprawa zwrotu na inwestycji (ROIC) oraz budowanie silnej bazy do rozwoju Spółki w dłuższym okresie czasu. Struktura geograficzna inwestycji będzie skupiać się na tzw. rynkach wschodzących, charakteryzujących się dużą dynamiką wzrostu oraz niskim poziomem penetracji w branży gastronomicznej.

Istotnym elementem działalności inwestycyjnej AmRest będzie globalny rozwój marki własnej La Tagliatella. Obecnie Spółka jest w trakcie testowania konceptu na czterech obiecujących dla tej marki nowych rynkach, tj. Chin, Indii, Niemiec oraz USA. Biorąc pod uwagę bardzo atrakcyjny model biznesowy marki La Tagliatella zarówno z punktu widzenia klienta jak i zwrotu na inwestycji ewentualne powodzenie tej marki w nowych krajach może otworzyć znaczące możliwości rozwoju oraz budowania wartości dla akcjonariuszy. Pierwsze testowe otwarcia spodziewane są na wszystkich czterech rynkach w drugiej połowie bieżącego roku. Model finansowy marki La Tagliatella został sprawdzony na bardzo trudnym i wymagającym rynku hiszpańskim, na którym rozwój tej sieci będzie nadal kontynuowany.

Obok wspomnianych wcześniej kryteriów inwestycyjnych Spółka będzie na bieżąco dostosowywać swój plan do warunków rynkowych oraz możliwości pozyskiwania nowych atrakcyjnych lokalizacji w poszczególnych krajach.

W celu poprawy ROIC obok działań optymalizujących portfel biznesowy AmRest wdraża plan obniżki kosztów nowych otwarć. Plan ten oparty będzie na bardziej efektywnym zarządzaniu procesem inwestycyjnym i

obniżaniu kosztów poszczególnych jego składowych. Obecny średni koszt nowej restauracji wynosi 2,7 mln zł i zależy od typu i miejsca lokalizacji.

Zgodnie z harmonogramem inwestycyjnym Spółka planuje też kontynuację programu modernizacji istniejących lokalizacji. Łączna przewidywana kwota inwestycji w bieżącym roku wyniesie 400 mln zł z czego 350 mln zł przypadnie na nowe otwarcia a 50 mln zł na modernizacje. Powyższe kwoty nie obejmują ewentualnych działań akwizycyjnych.

Podobnie jak w latach ubiegłych program inwestycyjny AmRest będzie finansowany zarówno ze źródeł własnych jak i poprzez finansowanie dłużne.

7. Zewnętrzne i wewnętrzne czynniki istotne dla rozwoju Spółki w roku 2013

W ocenie Zarządu AmRest do czynników mających istotny wpływ na przyszły rozwój i wyniki Spółki należy zaliczyć:

7.1. Czynniki zewnętrzne

Do czynników zewnętrznych należy zaliczyć:

- konkurencyjność – pod względem ceny, jakości obsługi, lokalizacji oraz jakości jedzenia,
- zmiany demograficzne,
- tendencję w zakresie liczby osób korzystających z restauracji,
- liczbę i lokalizację restauracji konkurencji,
- zmiany w prawie oraz regulacjach mające bezpośredni wpływ na funkcjonowanie restauracji oraz zatrudnionych tam pracowników,
- zmiany kosztów wynajmu nieruchomości oraz kosztów pokrewnych,
- zmiany cen składników spożywczych wykorzystywanych przy sporządzaniu potraw oraz zmiana cen materiałów opakowaniowych,
- zmiany w ogólnej kondycji ekonomicznej Polski, Czech, Węgier, Bułgarii, Rosji, Serbii, Chorwacji, Hiszpanii, Francji, Niemiec, Chin, Indii i Stanów Zjednoczonych,
- zmiany w zaufaniu konsumentów, wysokości dochodu rozporządzalnego oraz indywidualnych sposobów wydawania pieniędzy,
- zmiany uwarunkowań prawnych i podatkowych,
- negatywne zmiany na rynkach finansowych.

7.2. Czynniki wewnętrzne

Do czynników wewnętrznych zalicza się:

- pozyskanie i przygotowanie zasobów ludzkich niezbędnych do rozwoju istniejących i nowych sieci restauracyjnych,
- pozyskiwanie atrakcyjnych lokalizacji,
- skuteczność we wprowadzaniu nowych marek oraz produktów,
- zbudowanie zintegrowanego systemu informatycznego.

8. Podstawowe ryzyka i zagrożenia, na które narażone jest Spółka

Zarząd AmRest jest odpowiedzialny za system zarządzania ryzykiem i system kontroli wewnętrznej oraz za przegląd tych systemów pod kątem operacyjnej efektywności. Systemy te pomagają w identyfikacji oraz zarządzaniu ryzykiem, które może uniemożliwić realizację długoterminowych celów AmRest. Niemniej jednak istnienie tych systemów nie pozwala na całkowitą eliminację ryzyka oszustw oraz naruszenia prawa. Zarząd AmRest dokonał przeglądu, analizy oraz rankingu ryzyk, na które narażona jest Spółka. Podstawowe ryzyka i zagrożenia występujące aktualnie zostały podsumowane w tej sekcji. AmRest na bieżąco dokonuje przeglądu i usprawnia swoje systemy zarządzania ryzykiem oraz systemy kontroli wewnętrznej.

a) Czynniki pozostające poza kontrolą Spółki

Ryzyko to związane jest z wpływem czynników pozostających poza kontrolą Spółki na strategię rozwoju AmRest, której podstawą jest otwieranie nowych restauracji. Te czynniki to m.in.: możliwości znalezienia oraz zapewnienia dostępnych i odpowiednich lokalizacji pod nowe restauracje, możliwości uzyskania terminowych pozwoleń wymaganych przez właściwe organy, możliwość opóźnień w otwieraniu nowych restauracji.

b) Uzależnienie od franczyzodawcy

AmRest zarządza restauracjami KFC, Pizza Hut i Burger King jako franczyzobiorca, w związku z czym wiele czynników i decyzji w ramach prowadzonej przez AmRest działalności zależy od ograniczeń lub specyfikacji narzucanych przez franczyzodawcę lub też od ich zgody.

Okres obowiązywania umów franczyzowych dotyczących marek KFC, Pizza Hut i Burger King, wynosi 10 lat. Spółce AmRest przysługuje opcja przedłużenia tego okresu o kolejne 10 lat pod warunkiem spełniania przez nią warunków zawartych w umowach franczyzowych oraz innych wymogów, w tym wniesienia odnośnej opłaty z tytułu przedłużenia.

Niezależnie od spełnienia powyższych warunków nie ma gwarancji, że po upływie tego okresu dana umowa franczyzowa zostanie przedłużona na kolejny okres. W przypadku restauracji KFC i Pizza Hut pierwszy okres rozpoczął się w 2000 roku, w przypadku restauracji Burger King pierwszy okres rozpoczął się w 2007 roku wraz z otwarciem pierwszej restauracji tej marki.

c) Uzależnienie od partnerów joint venture

AmRest otwiera restauracje Starbucks poprzez Spółki joint venture w Polsce, Czechach i na Węgrzech na zasadach partnerskich, w ramach umów joint venture. W związku z tym, niektóre decyzje w ramach wspólnie prowadzonej działalności będą uzależnione od zgody partnerów.

Umowy joint venture ze Starbucks zostały zawarte na okres 15 lat, z możliwością ich przedłużenia na okres dodatkowych 5 lat po spełnieniu określonych warunków. W przypadku, gdy AmRest nie dotrzyma zobowiązań dotyczących otwierania i prowadzenia minimalnej liczby kawiarni, Starbucks Coffee International, Inc. będzie miał prawo do zwiększenia swojego udziału w spółkach joint venture poprzez nabycie udziałów od AmRest Sp. z o.o. po cenie uzgodnionej pomiędzy stronami na podstawie wyceny spółek joint venture.

d) Brak wyłączności

Umowy franczyzowe, dotyczące prowadzenia restauracji KFC, Pizza Hut i Burger King nie zawierają postanowień o przyznaniu spółce AmRest jakichkolwiek praw wyłączności na danym terytorium, ochrony ani innych praw na terenie, obszarze lub rynku otaczającym restauracje AmRest. W praktyce jednak, w związku ze skalą działalności AmRest (między innymi rozwiniętą siecią dystrybucji), możliwość pojawienia się konkurencyjnego operatora (w stosunku do marek prowadzonych obecnie przez Spółkę), który byłby w stanie skutecznie konkurować z restauracjami Grupy AmRest jest relatywnie ograniczona.

W przypadku restauracji Starbucks spółki joint venture będą jedynymi podmiotami uprawnionymi do rozwijania i prowadzenia kawiarni Starbucks w Polsce, Czechach i na Węgrzech, z brakiem prawa wyłączności do niektórych instytucjonalnych lokalizacji.

e) Umowy najmu i ich przedłużenie

Prawie wszystkie restauracje AmRest działają w wynajmowanych obiektach. Większość umów najmu to umowy długoterminowe, przy czym zwykle zawierane są one na okres przynajmniej 10 lat od daty rozpoczęcia najmu (przy założeniu wykonania wszystkich opcji przedłużenia, dokonywanego na określonych warunkach, a także bez uwzględnienia umów, które podlegają okresowemu wznowieniu, o ile nie zostaną wypowiedziane, i umów na czas nieokreślony). Wiele umów najmu przyznaje AmRest prawo do przedłużenia okresu obowiązywania umowy, pod warunkiem przestrzegania przez Spółkę warunków najmu. Niezależnie od przestrzegania takich warunków, nie ma gwarancji, że AmRest będzie w stanie przedłużać okres obowiązywania umów najmu na warunkach zadowalających z punktu widzenia praktyki handlowej. W wypadku braku takiej możliwości, potencjalna utrata istotnych lokalizacji restauracji może mieć niekorzystny wpływ na wyniki operacyjne AmRest i jego działalność.

Ponadto, w pewnych okolicznościach AmRest może podjąć decyzję o zamknięciu danej restauracji, a rozwiązanie odnośnej umowy najmu na efektywnych kosztowo warunkach może okazać się niemożliwe. Również taka sytuacja może mieć negatywny wpływ na działalność i wyniki operacyjne spółki. Zamknięcie którejkolwiek restauracji zależy od zgody franczyzodawcy, a nie ma pewności, że zgoda taka zostanie uzyskana.

W przypadku rosyjskich i chińskich restauracji, przejętych przez AmRest odpowiednio w lipcu 2007 roku i grudniu 2012 roku, średni okres umów najmu jest relatywnie krótszy w porównaniu do restauracji AmRest w pozostałych krajach. Wynika to ze specyfiki tamtejszego rynku.

f) Ryzyko związane z konsumpcją produktów żywnościowych

Preferencje konsumentów mogą zmienić się w związku z powstaniem wątpliwości co do walorów zdrowotnych kurczaków, będących głównym składnikiem w menu KFC, lub w wyniku niekorzystnych informacji rozpowszechnianych przez środki masowego przekazu na temat jakości produktów, chorób przez nie wywoływanych i szkód ponoszonych w wyniku korzystania z restauracji AmRest i z restauracji innych franczyzobiorców KFC, Pizza Hut, Burger King, Starbucks, La Tagliatella, Blue Frog, KABB i Stubb's, a także w wyniku ujawnienia opracowanych przez rząd, bądź dany sektor rynku niekorzystnych danych dotyczących produktów serwowanych w restauracjach AmRest i restauracjach innych franczyzobiorców KFC, Pizza Hut, Burger King, Starbucks, La Tagliatella, Blue Frog, KABB i Stubb's kwestii zdrowotnych oraz kwestii sposobu funkcjonowania jednej lub większej liczby restauracji prowadzonych tak przez AmRest, jak i konkurencję. Wyżej wspomniane ryzyko jest ograniczane poprzez wykorzystywanie w restauracjach AmRest najwyższej jakości składników – pochodzących od sprawdzonych i renomowanych dostawców, przestrzeganie surowych norm kontroli jakości i higieny oraz stosowanie najnowocześniejszych urządzeń i procesów zapewniających absolutne bezpieczeństwo potraw.

g) Ryzyko związane z utrzymaniem osób zajmujących kluczowe stanowiska

Sukces Emitenta zależy w pewnej mierze od indywidualnej pracy wybranych pracowników i członków głównego kierownictwa. Wypracowane przez Emitenta metody wynagradzania i zarządzania zasobami ludzkimi pozwalają zapewnić niski poziom rotacji kluczowych pracowników. Dodatkowo system planowania karier wspiera przygotowywanie następców gotowych realizować zadania na kluczowych stanowiskach. Zdaniem Spółki będzie ona w stanie zastąpić kluczowych pracowników. Niezależnie od tego ich utrata może krótkoterminowo wywrzeć niekorzystny wpływ na działalność i wyniki operacyjne Emitenta.

h) Ryzyko związane z kosztami pracy dotyczącymi pracowników restauracji oraz zatrudnieniem i utrzymaniem profesjonalnej kadry

Prowadzenie działalności gastronomicznej w skali, w jakiej prowadzi ją Emitent, wymaga posiadania profesjonalnej kadry pracowniczej znacznych rozmiarów. Nadmierny odpływ pracowników oraz zbyt częste zmiany w kadrze pracowniczej mogą stanowić istotny czynnik ryzyka dla stabilności oraz jakości prowadzonej działalności. Ze względu na fakt, że płace w Polsce, w Czechach, czy na Węgrzech (w tym w branży gastronomicznej) w dalszym ciągu są zdecydowanie niższe niż w innych krajach Unii Europejskiej, istnieje ryzyko odpływu wykwalifikowanej kadry pracowniczej, a tym samym ryzyko w zakresie zapewnienia przez Spółkę odpowiedniej kadry pracowniczej niezbędnej dla świadczenia usług gastronomicznych na jak najwyższym poziomie. W celu uniknięcia ryzyka utraty wykwalifikowanej kadry pracowniczej konieczne może się okazać stopniowe podwyższanie stawek wynagrodzenia, co jednocześnie może negatywnie wpływać na sytuację finansową Emitenta.

i) Ryzyko dotyczące ograniczeń w dostępności produktów spożywczych i zmienności ich kosztów

Na sytuację Emitenta wpływa również konieczność zapewnienia częstych dostaw świeżych produktów rolnych i artykułów spożywczych oraz przewidywania i reagowania na zmiany kosztów zaopatrzenia. Spółka nie może wykluczyć ryzyka związanego z niedoborami lub przerwami w dostawach spowodowanych czynnikami takimi jak niekorzystne warunki pogodowe, zmiany przepisów prawa, czy też wycofanie niektórych produktów spożywczych z obrotu. Również zwiększenie popytu na określone produkty, przy ograniczonej podaży, może doprowadzić do utrudnień w ich pozyskiwaniu przez Spółkę lub wzrostu cen tych produktów. Zarówno niedobory, jak i wzrost cen produktów mogą mieć negatywny wpływ na wyniki, działalność i sytuację finansową Grupy. AmRest Sp. z o.o. zawarła w celu minimalizacji m.in. niniejszego ryzyka umowę ze spółką SCM Sp. z o.o. dotyczącą świadczenia usług polegających na pośrednictwie i negocjacji warunków dostaw do restauracji, w tym negocjacji warunków umów dystrybucji.

j) Ryzyko związane z rozwojem nowych marek

AmRest operuje markami Burger King, Starbucks i La Tagliatella, Blue Frog, KABB i Stubb's stosunkowo od niedawna. Ponieważ są to dla AmRest nowe koncepty istnieje ryzyko związane z popytem na oferowane produkty oraz z ich przyjęciem przez konsumentów.

k) Ryzyko związane z otwarciem restauracji w nowych krajach

Otwarcia lub przejęcia restauracji operujących na nowym obszarze geograficznym i politycznym wiążą się z ryzykiem odmiennych preferencji konsumenckich, ryzykiem braku dobrej znajomości rynku, ryzykiem ograniczeń prawnych wynikających z uregulowań lokalnych, jak również ryzykiem politycznym tych krajów.

l) Ryzyko walutowe

Wyniki AmRest narażone są na ryzyko walutowe związane z transakcjami i przeliczeniami w walutach innych niż waluta pomiaru operacji gospodarczych w poszczególnych spółkach Grupy Kapitałowej. Spółka dopasowuje portfel walutowy długu do struktury geograficznej profilu działalności. Dodatkowo AmRest wykorzystuje kontrakty typu forward do zabezpieczania krótkoterminowego ryzyka transakcyjnego.

m) Ryzyko zwiększonych kosztów finansowych

Emitent i jego spółki zależne narażone są na istotny negatywny wpływ zmian stóp procentowych w związku z pozyskiwaniem finansowania oprocentowanego zmienną stopą procentową i inwestowaniem w aktywa oprocentowane zmienną i stałą stopą procentową. Oprocentowanie kredytów i pożyczek bankowych oraz wyemitowanych obligacji jest oparte na zmiennych stopach referencyjnych aktualizowanych w okresach krótszych niż jeden rok. Odsetki od aktywów finansowych o stałym oprocentowaniu są stałe przez cały okres do upływu terminu zapadalności/wymagalności tych instrumentów. Dodatkowo, Emitent i jego spółki zależne

mogą, w ramach strategii zabezpieczania ryzyka zmian stóp procentowych, zawierać pochodne i inne kontrakty finansowe, na których wycenę istotny wpływ ma poziom referencyjnych stóp procentowych.

n) Ryzyko płynnościowe

Spółka jest narażona na brak dostępnego finansowania w momencie zapadalności pożyczek bankowych i obligacji. Na dzień 30 czerwca 2013 r. Spółka ma wystarczającą ilość aktywów krótkoterminowych, w tym gotówki oraz przyrzeczonych limitów kredytowych, by spłacić swoje zobowiązania zapadające w ciągu 12 miesięcy.

o) Ryzyko spowolnienia gospodarek

Spowolnienie gospodarek krajów, na terenie których AmRest prowadzi restauracje, może mieć wpływ na wydatki na konsumpcję na tych rynkach, co z kolei może wpłynąć na wyniki restauracji AmRest operujących na tych rynkach.

p) Ryzyko sezonowości sprzedaży

Sezonowość sprzedaży oraz zapasów Grupy AmRest nie jest znaczna, co cechuje całą branżę restauracyjną. Na rynku europejskim niższa sprzedaż jest osiągana przez restauracje w pierwszej połowie roku, co wynika głównie z mniejszej liczby dni sprzedaży w lutym oraz stosunkowo rzadszymi wizytami klientów w restauracjach.

q) Ryzyko awarii systemu komputerowego i czasowego wstrzymania obsługi klientów przez restauracje sieci

Ewentualna utrata, częściowa bądź całkowita, danych związana z awarią systemów komputerowych lub zniszczeniem bądź utratą kluczowego, rzeczowego majątku trwałego Spółki mogłaby skutkować czasowym wstrzymaniem bieżącej obsługi klientów restauracji, co mogłoby mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy. W celu minimalizacji niniejszego ryzyka Emitent wprowadził odpowiednie procedury mające na celu zapewnienie stabilności i niezawodności systemów informatycznych.

9. Oświadczenia Zarządu

9.1. *Prawdziwość i rzetelność prezentowanych sprawozdań*

Według najlepszej wiedzy Zarządu AmRest Holdings SE skrócone skonsolidowane półroczne sprawozdanie finansowe i dane porównawcze zaprezentowane w skróconym skonsolidowanym półrocznym sprawozdaniu finansowym Grupy AmRest sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy AmRest oraz osiągnięty przez nią wynik finansowy. Zawarte w niniejszym dokumencie półroczne sprawozdanie Zarządu zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy AmRest, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

9.2. *Wybór podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań*

Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych – PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o., dokonujący przeglądu skróconego półrocznego skonsolidowanego sprawozdania Grupy AmRest, został wybrany zgodnie z przepisami prawa. Podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący przeglądu spełniali warunki konieczne do wyrażenia bezstronnego i niezależnego raportu z przeglądu, zgodnie z właściwymi przepisami.

Wrocław, dnia 23 sierpnia 2013 r.

Mark Chandler

AmRest Holdings SE

Członek Zarządu

Wojciech Mroczyński

AmRest Holdings SE

Członek Zarządu

Drew O'Malley

AmRest Holdings SE

Członek Zarządu

AmRest Holdings SE Raport za Pierwsze Półrocze 2012 Roku

Część Suplement do Sprawozdania Zarządu

II

Spis Treści:

1. Stanowisko Zarządu AmRest Holdings SE odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok II-2
2. Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy AmRest Holdings SE na dzień przekazania raportu II-2
3. Opis zmian w akcjonariacie II-2
4. Informacje o istotnych postępowaniach dotyczących AmRest Holdings SE lub spółek z Grupy Kapitałowej II-6
5. Skład Grupy Kapitałowej II-6
6. Kredyty i pożyczki w Grupie Kapitałowej II-6
7. Informacje o dokonanych emisjach, wykupie i spłacie dłużnych papierów wartościowych II-8
8. Informacje o zawarciu przez Spółkę lub jednostki zależne transakcji z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe II-8
9. Informacja o wypłaconych dywidendach II-8
10. Wyniki Grupy AmRest za drugi kwartał 2012 II-9

1. Stanowisko Zarządu AmRest Holdings SE odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok

Spółka nie publikowała prognozy wyników finansowych.

2. Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy AmRest Holdings SE na dzień 30.06.2013 r. oraz na dzień przekazania raportu

Według informacji posiadanych przez Spółkę, na dzień 30.06.2013 r., następujący akcjonariusze przekazali informacje o posiadaniu bezpośrednio lub pośrednio (poprzez podmioty zależne) co najmniej 5% liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy AmRest:

AKCJONARIUSZE POSIADAJĄCY POWYŻEJ 5% GŁOSÓW NA WZA AMREST

Akcjonariusze	Liczba akcji	Udział w kapitale %	Liczba głosów na WZA	Udział na WZA %
WP Holdings VII B.V.*	6 997 853	32,99%	6 997 853	32,99%
ING OFE	4 100 000	19,33%	4 100 000	19,33%
PZU PTE**	2 779 734	13,10%	2 779 734	13,10%
Aviva OFE	1 600 000	7,54%	1 600 000	7,54%

* WP Holdings VII B.V. posiada bezpośrednio udziały stanowiące dokładnie 32,9999% udziału w kapitale i WZA

** PTE PZU S.A. zarządza aktywami, w których skład wchodzi fundusze należące do OFE PZU "Złota Jesień" oraz DFE PZU

Na dzień przekazania raportu półrocznego, 23 sierpnia 2013 roku, powyższe wartości odzwierciedlają aktualną strukturę akcjonariatu.

3. Opis zmian w akcjonariacie

W okresie od ukazania się ostatniego raportu okresowego (raport za pierwszy kwartał roku 2013 opublikowany w dniu 30 kwietnia 2013 roku) Spółka komunikowała poniżej wymienione zmiany w strukturze akcjonariatu:

Dnia 21 czerwca 2013 r. Zarząd AmRest poinformował, że w dniu 20 czerwca 2013 r. otrzymał zawiadomienie od osoby mającej dostęp do informacji poufnych AmRest o dokonaniu w dniu 17 czerwca 2013 r. transakcji sprzedaży 3000 akcji AmRest po cenie PLN 84,00 za jedną akcję. Transakcja została zawarta w notowaniach giełdowych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

W dniu 5 lipca 2013 r. AmRest poinformował, że tego samego dnia otrzymał zawiadomienie od osoby mającej dostęp do informacji poufnych AmRest o dokonaniu w dniu 4 lipca 2013 r. transakcji sprzedaży 1000 akcji AmRest po cenie 82,81 zł za jedną akcję. Transakcja została zawarta w notowaniach giełdowych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Dnia 5 lipca 2013 r. AmRest poinformował również, że w tym samym dniu otrzymał zawiadomienie od osoby mającej dostęp do informacji poufnych AmRest, o dokonaniu:

- w dniu 3 lipca 2013 transakcji zakupu 122 akcji AmRest po średniej cenie 84,91 zł,

- w dniu 4 lipca 2013 transakcji zakupu 22 753 akcji AmRest po średniej cenie 84,80 zł.

Transakcje zostały zawarte w notowaniach giełdowych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

W dniu 9 lipca 2013 r. AmRest poinformował, że tego samego dnia otrzymał zawiadomienie od osoby mającej dostęp do informacji poufnych AmRest, o dokonaniu:

- w dniu 5 lipca 2013 transakcji zakupu 8 237 akcji AmRest po średniej cenie 85,20 zł,

- w dniu 8 lipca 2013 transakcji zakupu 10 334 akcji AmRest po średniej cenie 85,62 zł.

Transakcje zostały zawarte w notowaniach giełdowych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Dnia 12 lipca 2013 r. AmRest poinformował, że w tym samym dniu otrzymał zawiadomienie od osoby mającej dostęp do informacji poufnych AmRest, o dokonaniu w dniu 9 lipca 2013 transakcji zakupu 1 671 akcji AmRest po średniej cenie 85,10 zł. Transakcja została zawarta w notowaniach giełdowych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Dnia 19 lipca 2013 r. AmRest poinformował, że w dniu 19 lipca 2013 otrzymał zawiadomienie od osoby mającej dostęp do informacji poufnych AmRest, o dokonaniu:

- w dniu 27 czerwca 2013 r. transakcji nabycia 109 akcji AmRest po średniej cenie zakupu 24,00 PLN za akcję.

- w dniu 15 lipca 2013 r. transakcji zbycia 109 akcji AmRest po średniej cenie sprzedaży 89,22 PLN za akcję.

- w dniu 17 lipca 2013 r. transakcji nabycia 4101 akcji AmRest po średniej cenie zakupu 24,00 PLN za akcję.

Transakcje nabycia zostały zawarte poza obrotem zorganizowanym, w ramach wykonania opcji menadżerskich AmRest. Transakcja zbycia została zawarta na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w trybie sesyjnym zwykłym.

W dniu 25 lipca 2013 r. AmRest poinformował, że tego samego dnia otrzymał zawiadomienie od osoby mającej dostęp do informacji poufnych AmRest o dokonaniu w dniu 19 lipca 2013 r. transakcji sprzedaży 4101 akcji AmRest po cenie 88,01 zł za jedną akcję. Transakcja zbycia została zawarta na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w trybie sesyjnym zwykłym.

Dnia 25 lipca 2013 r. AmRest poinformował również, że w tym samym dniu otrzymał zawiadomienie od osoby mającej dostęp do informacji poufnych AmRest, o dokonaniu w dniu 22 lipca 2013 r. transakcji zakupu 793 akcji AmRest po średniej cenie 24,00 zł. Rozliczenie transakcji nastąpiło dnia 24 lipca 2013 r. Transakcja została zawarta poza obrotem zorganizowanym, w ramach wykonania opcji menadżerskich AmRest.

3.1. Pozostałe informacje dotyczące akcjonariatu

Zarząd AmRest nie posiada informacji dotyczących posiadaczy papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do Spółki.

Poniżej przedstawiono transakcje na akcjach własnych AmRest dokonane na potrzeby realizacji programu opcji menadżerskich.

Rozpoczęcie skupu akcji własnych nastąpiło w oparciu o uchwałę nr 16 Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 10 czerwca 2011 r. w przedmiocie upoważnienia Zarządu do nabycia akcji własnych Spółki oraz utworzenia kapitału rezerwowego.

*TRANSAKCJE NA AKCJACH WŁASNYCH AMREST DOKONANE NA POTRZEBY REALIZACJI PROGRAMU
OPCJI MENADŻERSKICH*

	data zawarcia transakcji	data rozliczenia transakcji	ilość nabytych/ zbytych akcji	Średnia cena nabycia/ zbycia akcji	Wartość nominalna akcji [EUR]	% kapitału zakładowego Spółki	ilość głosów na WZA Spółki	ilość akcji łącznie	łączna ilość głosów na WZA Spółki	% ogólnej liczby głosów w Spółce
NABYCIA	07.05.2013	10.05.2013	750	79,00	0,01	0,0035%	750	750	750	0,0035%
	08.05.2013	13.05.2013	750	79,00	0,01	0,0035%	750	1 500	1 500	0,0071%
	09.05.2013	14.05.2013	1 000	78,50	0,01	0,0047%	1 000	2 500	2 500	0,0118%
	10.05.2013	15.05.2013	1 000	80,00	0,01	0,0047%	1 000	3 500	3 500	0,0165%
	13.05.2013	16.05.2013	1 000	79,78	0,01	0,0047%	1 000	4 500	4 500	0,0212%
	14.05.2013	17.05.2013	1 000	79,93	0,01	0,0047%	1 000	5 500	5 500	0,0259%
	16.05.2013	21.05.2013	2 110	80,00	0,01	0,0099%	2 110	7 610	7 610	0,0359%
ZBYCIA	23.05.2013	23.05.2013	330	47,60	0,01	0,0109%	2 320	5 290	5 290	0,0249%
			1 680	70,00	0,01					
			310	78,00	0,01					
	24.05.2013	24.05.2013	610	47,60	0,01	0,0057%	1 210	4 080	4 080	0,0192%
			600	48,40	0,01					
	27.05.2013	27.05.2013	1 040	47,60	0,01	0,0058%	1 240	2 840	2 840	0,0134%
			200	48,40	0,01					
	28.05.2013	28.05.2013	200	70,60	0,01	0,0009%	200	2 640	2 640	0,0124%
	05.06.2013	05.06.2013	1 180	47,60	0,01	0,0094%	2 000	640	640	0,0030%
			760	70,00	0,01					
NABYCIA	19.06.2013	19.06.2013	60	78,00	0,01	0,0025%	531	109	109	0,0005%
			531	70,00	0,01					
	27.06.2013	27.06.2013	109	24,00	0,01	0,0005%	109	0	0	-
	02.07.2013	05.07.2013	200	82,30	0,01	0,0009%	200	200	200	0,0009%
	03.07.2013	08.07.2013	50	83,00	0,01	0,0002%	50	250	250	0,0012%
	04.07.2013	09.07.2013	1 000	83,00	0,01	0,0047%	1 000	1 250	1 250	0,0059%
	10.07.2013	15.07.2013	535	89,43	0,01	0,0025%	535	1 785	1 785	0,0084%
	11.07.2013	16.07.2013	2 316	89,01	0,01	0,0109%	2 316	4 101	4 101	0,0193%
	12.07.2013	17.07.2013	1 003	89,00	0,01	0,0047%	1 003	5 104	5 104	0,0241%
ZBYCIA	15.07.2013	18.07.2013	210	89,39	0,01	0,0010%	210	5 314	5 314	0,0250%
	17.07.2013	17.07.2013	4 101	24,00	0,01	0,0213%	4 521	793	793	0,0037%
			280	70,00	0,01					
			140	78,00	0,01					
	22.07.2013	24.07.2013	793	24,00	0,01	0,0037%	793	0	0	-

3.2. Informacje dotyczące wynagrodzenia osób Zarządzających i Nadzorujących oraz posiadanych przez te osoby opcji pracowniczych za okres 6 miesięcy kończących się 30 czerwca 2013 r.

WYNAGRODZENIE ZARZĄDU JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ WYPŁACONE ZA 6 MIESIĘCY KOŃCZĄCYCH SIĘ 30 CZERWCA 2013 R.

	Okres pełnienia funkcji za 6 miesięcy kończących się 30 czerwca 2013 r.	Wynagrodzenia	Premia roczna, nagrody branżowe	Dochody osiągnięte w spółkach zależnych i stowarzyszonych	Świadczenia, dochody z innych tytułów	Łączne dochody za 6 miesięcy kończących się 30 czerwca 2013 r.
Członkowie Zarządu pełniący funkcje na dzień 30 czerwiec 2013 r.						
Wojciech Mroczyński	1.01 - 30.06.13	453 779	-	453 779	17 499	471 278
Mark Chandler	1.01 - 27.06.13	582 020	-	582 020	6 126	588 146
Drew O'Malley	1.01 - 27.06.13	420 000	-	420 000	16 523	436 523
Razem		1 455 799	-	1 455 799	40 148	1 495 947

WYNAGRODZENIE RADY NADZORCZEJ JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ WYPŁACONE ZA 6 MIESIĘCY KOŃCZĄCYCH SIĘ 30 CZERWCA 2013 R.

	Okres pełnienia funkcji za 6 miesięcy kończących się 30 czerwca 2013 r.	Wynagrodzenie za czas pełnienia funkcji w Radzie Nadzorczej	Dochody z innych umów	Inne świadczenia	Łączne dochody za 6 miesięcy kończących się 30 czerwca 2012 r.	Komentarz
Raimondo Eggink	1.01 - 30.06.13	42 000	-	3 798	45 798	
Robert Feuer	1.01 - 30.06.13	-	-	3 798	3 798	Dobrowolna rezygnacja z wynagrodzenia
Jacek Wojciech Kseń	1.01 - 27.06.13	42 000	-	3 798	45 798	
Joseph P. Landy	1.01 - 30.06.13	-	-	3 798	3 798	Dobrowolna rezygnacja z wynagrodzenia
Henry McGovern	1.01 - 30.06.13	-	772 739	3 798	776 536	Dobrowolna rezygnacja z wynagrodzenia
Per Steen Breimyr	1.01 - 30.06.13	42 000	-	3 798	45 798	
Jan Sykora	1.01 - 25.06.13	24 000	-	3 798	27 798	
Peter A. Bassi	27.06 - 30.06. 13	-	-	-	-	
Bradley D. Blum	27.06 - 30.06. 13	-	-	-	-	
Razem		150 000	772 739	26 583	949 322	

INFORMACJE DOTYCZĄCE PROGRAMU OPCJI PRACOWNICZYCH W ODNIESIENIU DO KADRY KIEROWNICZEJ ZA 6 MIESIĘCY KOŃCZĄCYCH SIĘ 30 CZERWCA 2013 R.

	Okres pełnienia funkcji za 6 miesięcy kończących się 30 czerwca 2013 r.	Funkcja	Liczba opcji na akcje na dzień 31.12.2012	Liczba opcji na akcje nadanych w pierwszym półroczu 2013 roku	Liczba opcji na akcje wykorzystanych w pierwszym półroczu 2012 roku	Liczba opcji na akcje na dzień 30 czerwiec 2013 r.	Wartość godziwa wszystkich opcji na moment nadania (tys. zł)
Henry McGovern	1.01 - 30.06.13	Przewodniczący Rady Nadzorczej	360 000	-	-	360 000	7 390
Wojciech Mroczyński	1.01 - 30.06.13	Członek Zarządu	105 250	-	-	105 250	2 696
Mark Chandler	1.01 - 27.06.13	Członek Zarządu	127 000	-	-	127 000	3 043
Drew O'Malley	1.01 - 27.06.13	Członek Zarządu	148 500	-	-	148 500	3 352

4. Informacje o istotnych postępowaniach dotyczących AmRest Holdings SE lub spółek z Grupy Kapitałowej

Na dzień przekazania sprawozdania przeciw Spółce nie toczą się żadne istotne postępowania.

5. Skład Grupy Kapitałowej

Aktualny skład Grupy Kapitałowej AmRest został przedstawiony w Części V Raportu za Pierwsze Półrocze 2013 roku.

Biuro Grupy Kapitałowej mieści się we Wrocławiu, w Polsce. Obecnie restauracje prowadzone przez Grupę Kapitałową są zlokalizowane w Polsce, Republice Czeskiej, na Węgrzech, w Rosji, Serbii, Bułgarii, Chorwacji, Hiszpanii, Francji, Niemczech, Indiach, Chinach i USA.

6. Kredyty i pożyczki w Grupie Kapitałowej

W dniu 11 marca 2013 roku OOO AmRest podpisała z AmRest Capital Zrt. umowę pożyczki na kwotę do 5 000 000 EUR.

W dniu 16 stycznia 2013 roku AmRest Sp. z o.o. spłacił pożyczkę udzieloną przez AmRest Capital Zrt. (190 000 EUR).

W dniu 30 stycznia 2013 roku AmRest Sp. z o.o. spłacił pożyczkę udzieloną przez AmRest Capital Zrt. (spłacone zostało 205 968,28 EUR)

W dniu 16 stycznia 2013 roku AmRest Holdings SE spłacił pożyczkę udzieloną przez AmRest Capital Zrt. (1 094 476,29 EUR).

Zestawienie wszystkich pożyczek udzielonych podmiotom powiązanym przedstawia się następująco:

a) AmRest Holdings SE

Pożyczkobiorca	Waluta pożyczek	w tys. zł	
		Wartość udzielonych pożyczek wg umów ¹	Wartość pożyczek na dzień 30.06.2013 ²
AmRest s.r.o.	PLN	29 366	30 197
AmRest Sp.z o.o.	PLN	350 000	191 000
AmRest HK Limited	USD	3 318	3 403

¹ przeliczone wg kursu NBP z dnia 30.06.2013

² razem z odsetkami naliczonymi do dnia 30.06.2013

b) AmRest Sp. z o.o.

Pożyczkobiorca	Waluta pożyczek	w tys. zł	
		Wartość udzielonych pożyczek wg umów ¹	Wartość pożyczek na dzień 30.06.2013 ²
AmRest EOOD	PLN	16 000	14 251
AmRest Ukraina t.o.w.	USD	664 ³	434 ³
AmRest Kft	PLN	12 300	7 544
OOO AmRest	USD	1 168	14
AmRest TAG S.L.U.	EUR	- ⁴	578
Pastificio Service S.L.U.	EUR	- ⁴	451
Restauravia Food S.L.U	EUR	- ⁴	121
AmRest Finance S.L.	EUR	130	134

¹ przeliczone wg kursu NBP z dnia 30.06.2013² razem z odsetkami naliczonymi do dnia 30.06.2013³ pożyczka w całości objęta odpisem aktualizującym⁴ obecny pożyczkodawca to AmRest Capital Zrt**c) AmRest Kft**

Pożyczkobiorca	Waluta pożyczek	w tys. zł	
		Wartość udzielonych pożyczek wg umów ¹	Wartość pożyczek na dzień 30.06.2013 ²
OOO AmRest	RUB	50 521	52 202

¹ przeliczone wg kursu NBP z dnia 30.06.2013² razem z odsetkami naliczonymi do dnia 30.06.2013**d) AmRest LLC**

Pożyczkobiorca	Waluta pożyczek	w tys. zł	
		Wartość udzielonych pożyczek wg umów ¹	Wartość pożyczek na dzień 30.06.2013 ²
AmRest Sp.z o.o.	USD	7 710	1 636

¹ przeliczone wg kursu NBP z dnia 30.06.2013² razem z odsetkami naliczonymi do dnia 30.06.2013**e) AmRest Capital ZRT**

Pożyczkobiorca	Waluta pożyczek	w tys. zł	
		Wartość udzielonych pożyczek wg umów ¹	Wartość pożyczek na dzień 30.06.2013 ²
OOO AmRest	EUR	43 292	33 279
AmRest TAG S.L.U.	EUR	206 455	210 498
Pastificio Service S.L.U.	EUR	161 288	153 146
Restauravia Food S.L.U	EUR	43 264	30 581
AmRest s.r.o.	EUR	12 988	5 568

¹ przeliczone wg kursu NBP z dnia 30.06.2013² razem z odsetkami naliczonymi do dnia 30.06.2013

f) AmRest Services Sp. z o.o. SKA

Pożyczkobiorca	Waluta pożyczek	w tys. zł	
		Wartość udzielonych pożyczek wg umów ¹	Wartość pożyczek na dzień 30.06.2013 ²
AmRest Sp.z o.o.	PLN	220 211	228 428

¹ przeliczone wg kursu NBP z dnia 30.06.2013

² razem z odsetkami naliczonymi do dnia 30.06.2013

g) AmRest Finance ZRT

Pożyczkobiorca	Waluta pożyczek	w tys. zł	
		Wartość udzielonych pożyczek wg umów ¹	Wartość pożyczek na dzień 30.06.2013 ²
AmRest Sp.z o.o.	PLN	525 735	550 944

¹ przeliczone wg kursu NBP z dnia 30.06.2013

² razem z odsetkami naliczonymi do dnia 30.06.2013

7. Informacje o dokonanych emisjach, wykupie i spłacie dłużnych papierów wartościowych

W dniu 18 czerwca 2013 r. w ramach umowy emisji obligacji zawartej 22 sierpnia 2012 r. pomiędzy AmRest Holdings SE, AmRest Sp. z o.o. i Bankiem PEKAO SA wyemitowano obligacje o wartości 140 mln zł. Szczegółowe informacje na temat emisji obligacji zostały przedstawione w punkcie 5.4. Sprawozdania Zarządu.

8. Informacje o zawarciu przez Spółkę lub jednostki zależne transakcji z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe

8.1. Umowy z podmiotami powiązanymi

Dnia 19 lipca 2013 r. AmRest poinformował o podjęciu w dniu 18 lipca 2013 r. przez AmRest Sp. z o.o. (spółki zależnej w 100% od AmRest Holdings SE), jako jedyne go akcjonariusza AmRest Capital Zrt. z siedzibą w Budapeszcie, Węgry, uchwały o podwyższeniu kapitału zakładowego AmRest Capital Zrt. o kwotę 1 300 000 EUR i kapitału rezerwowego AmRest Capital Zrt. o kwotę 24 070 000 EUR.

Jednocześnie AmRest poinformował o podpisaniu w dniu 19 lipca 2013 r. umów pożyczki, zawartych pomiędzy AmRest Capital Zrt. jako pożyczkodawcą i następujących podmiotów wchodzących w skład grupy kapitałowej AmRest jako pożyczkobiorców: Pastificio Service S.L., Restauravia Food S.L.U., Pastificio, S.L.U., Pastificio Restaurantes, S.L.U., Tagligat, S.L.U., Restauravia Grupo Empresarial, S.L. Łączna wartość udzielonych pożyczek wyniosła 24 070 000 EUR.

Zawarcie powyższych umów związane było z usprawnieniem zarządzania przepływem środków pieniężnych pomiędzy spółkami wchodzącymi w skład grupy AmRest.

9. Informacja o wypłaconych dywidendach

W okresie objętym sprawozdaniem Grupa wypłaciła dywidendę dla udziałowca mniejszościowego spółki SCM Sp. z o.o. oraz SCM s.r.o. w wysokości 432 tys. zł.

10. Wyniki Grupy AmRest za drugi kwartał 2013⁵

Skonsolidowany śródroczny rachunek zysków i strat należy analizować łącznie z notami, które stanowią integralną część skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za pierwsze półrocze 2013 r.

TABELA SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA 3 MIESIĄCE KOŃCĄCE SIĘ 30 CZERWCA 2013 R.

W tys. zł	Za 3 miesiące kończące się 30 czerwca 2013	Za 3 miesiące kończące się 30 czerwca 2012*
Przychody z działalności restauracji	619 680	530 852
Przychody z działalności franchizowej i pozostałe	45 471	37 023
Przychody razem	665 151	567 875
Koszty bezpośrednie działalności restauracji:		
Koszty artykułów żywnościowych	(201 898)	(174 915)
Koszty wynagrodzeń oraz świadczeń na rzecz pracowników	(136 304)	(115 543)
Koszty opłat licencyjnych (franczyzowych)	(31 626)	(28 692)
Koszty najmu oraz pozostałe koszty operacyjne	(197 546)	(171 000)
Koszty działalności franczyzowej i pozostałe razem	(34 380)	(19 137)
Koszty ogólnego zarządu	(58 056)	(36 670)
Zysk/(strata) ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych i aktywów przeznaczonych do sprzedaży	-	-
Aktualizacja wartości aktywów	(5 598)	(4 026)
Pozostałe przychody operacyjne	2 690	5 226
Koszty i wydatki operacyjne razem	(662 718)	(544 757)
Zysk z działalności operacyjnej	2 433	23 118
EBITDA	54 756	68 767
Koszty finansowe	(11 459)	(17 512)
Przychody z tytułu rozliczenia/ koszty z tytułu przeszacowania opcji put	65 388	(3 651)
Przychody finansowe	3 503	1 454
Udział w zyskach/(stratach) jednostek stowarzyszonych	128	(6)
Zysk przed opodatkowaniem	59 993	3 403
Podatek dochodowy	(34)	1 132
Zysk netto z działalności kontynuowanej	59 959	4 535
Zysk z działalności niekontynuowanej	(8 426)	4 854
Zysk netto	51 533	9 389

* Dane przekształcone

⁵ Dane nie zostały objęte badaniem

<u>Za 3 miesiące kończące się 30 czerwca 2013</u>	<i>CEE</i>	<i>USA</i>	<i>Hiszpania</i>	<i>Nowe Rynki</i>	<i>Rosja</i>	<i>Nieprzypisane</i>	<i>Razem</i>
<u>Przychody</u>	394 977	-	136 512	35 373	98 289	-	665 151
Przychody ze sprzedaży – klienci zewnętrzni	386 497	-	136 512	35 367	98 289	-	619 680
Przychody z franszyzy i pozostałej działalności	8 480	-	36 991	-	-	-	45 471
Zysk z działalności operacyjnej, wynik segmentu	5 236	-	16 816	(20 127)	5 337	(4 829)	2 433
Przychody finansowe	-	-	-	-	-	68 891	68 891
Koszty finansowe	-	-	-	-	-	(11 459)	(11 459)
Udział w zyskach jednostek stowarzyszonych	128	-	-	-	-	-	128
Podatek dochodowy	-	-	-	-	-	(34)	(34)
Aktywa z tytułu podatku odroczonego	8 524	-	-	(1 427)	-	-	7 097
Zysk/(strata) netto z działalności kontynuowanej	-	-	-	-	-	59 959	59 959
Zysk/(strata) netto z działalności zaniechanej	-	(8 426)	-	-	-	-	(8 426)
Całkowity Zysk/(strata) netto	-	(8 426)	-	-	-	59 959	51 533
Aktywa segmentu	865 818	-	1 102 426	261 420	335 322	132 539	2 697 525
Inwestycje w jednostkach stowarzyszonych	162	-	-	-	-	-	162
Aktywa razem	865 980	-	1 102 426	261 420	335 322	132 539	2 697 687
w tym wartość firmy	25 076	-	387 814	84 283	142 395	-	639 568
Zobowiązania segmentu	223 286	-	75 853	53 726	33 907	1 156 051	1 542 823
Amortyzacja środków trwałych	26 047	-	7 321	2 909	5 086	-	41 363
Amortyzacja wartości niematerialnych	2 046	-	2 777	294	245	-	5 362
Nakłady inwestycyjne	29 635	-	5 153	20 042	20 477	27	75 334
Odpis aktualizujący wartości aktywów trwałych	4 690	-	-	-	-	-	4 690
Odpis aktualizujący wartość należności handlowych	80	-	(84)	-	-	-	(4)
Odpis aktualizujący wartość zapasów	1	-	-	235	201	-	437
Odpis aktualizujący wartość pozostałych aktywów	80	-	-	-	-	-	80
Odpis aktualizujący wartość firmy	-	-	-	-	395	-	395

<u>Za 3 miesiące kończące się 30 czerwca 2012</u>	<i>CEE</i>	<i>USA</i>	<i>Hiszpania</i>	<i>Nowe Rynki</i>	<i>Rosja</i>	<i>Nieprzypisane</i>	<i>Razem</i>
<u>Przychody</u>	359 106	-	128 517	295	79 957	-	567 875
Przychody ze sprzedaży – klienci zewnętrzni	352 221	-	128 517	295	79 957	-	530 852
Przychody z franszyzy i pozostałej działalności	6 885	-	30 138	-	-	-	37 023
Zysk z działalności operacyjnej, wynik segmentu	5 828	-	19 654	(4 496)	4 670	(2 538)	23 118
Przychody finansowe	-	-	-	-	-	1 454	1 454
Koszty finansowe	-	-	-	-	-	(21 163)	(21 163)
Udział w zyskach jednostek stowarzyszonych	(6)	-	-	-	-	-	(6)
Podatek dochodowy	-	-	-	-	-	1 132	1 132
Aktywa z tytułu podatku odroczonego	4 407	275	(485)	-	174	269	4 640
Zysk/(strata) netto z działalności kontynuowanej	-	-	-	-	-	4 535	4 535
Zysk/(strata) netto z działalności zaniechanej	-	4 854	-	-	-	-	4 854
Całkowity Zysk/(strata) netto	-	4 854	-	-	-	4 535	9 389
Aktywa segmentu	817 328	307 603	1 125 298	13 215	283 733	77 333	2 624 510
Inwestycje w jednostkach stowarzyszonych	346	-	-	-	-	-	346
Aktywa razem	817 674	307 603	1 125 298	13 215	283 733	77 333	2 624 856
w tym wartość firmy	26 113	-	401 712	-	146 237	-	574 062
Zobowiązania segmentu	156 626	49 499	261 194	393	19 517	1 112 061	1 599 290
Amortyzacja środków trwałych	25 446	-	7 376	3	5 232	-	38 057
Amortyzacja wartości niematerialnych	2 164	-	1 290	-	113	-	3 566
Nakłady inwestycyjne	38 215	8 237	15 706	4 063	10 799	-	77 020
Odpis aktualizujący wartości aktywów trwałych	4 083	-	-	-	-	-	4 083
Odpis aktualizujący wartość należności handlowych	(37)	-	140	-	(160)	-	(57)
Odpis aktualizujący wartość zapasów	-	-	-	-	-	-	-
Odpis aktualizujący wartość pozostałych aktywów	-	-	-	-	-	-	-

	Polska	Czechy	Pozostałe segmenty	Razem (CEE)
<u>Za 3 miesiące kończące się 30 czerwca 2013</u>				
Przychody	272 502	85 616	36 859	394 977
Zysk z działalności operacyjnej, wynik segmentu	4 990	1 957	(1 711)	5 236
<u>Za 3 miesiące kończące się 30 czerwca 2012</u>				
Przychody	248 410	81 852	28 844	359 106
Zysk z działalności operacyjnej, wynik segmentu	5 404	2 126	(1 702)	5 828

Część III Wybrane dane finansowe

Wybrane dane finansowe zawierające podstawowe pozycje skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego na dzień oraz za sześć miesięcy kończących się 30 czerwca 2013 r.

w tys. PLN	6 miesięcy 2013 w tys. PLN	6 miesięcy 2012 w tys. PLN	6 miesięcy 2013 w tys. EUR	6 miesięcy 2012 w tys. EUR
Przychody ze sprzedaży	1 274 267	1 112 766	304 973	262 092
Zysk na działalności operacyjnej	7 464	49 758	1 786	11 720
Zysk brutto	53 800	12 585	12 876	2 964
Zysk netto	41 799	22 709	10 004	5 349
Zysk (strata) netto przypadający na udziały niekontrolujące	(972)	4 093	(233)	964
Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej	42 771	18 616	10 236	4 385
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	87 871	101 547	21 030	23 918
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(231 742)	(137 742)	(55 463)	(32 443)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	181 215	41 332	43 371	9 735
Przepływy pieniężne netto, razem	37 344	5 137	8 938	1 210
Aktywa razem	2 697 687	2 546 463	623 138	597 579
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania razem	1 542 823	1 476 697	356 376	346 537
Zobowiązania długoterminowe	970 590	957 432	224 196	224 681
Zobowiązania krótkoterminowe	572 233	519 265	132 180	121 856
Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	1 081 328	872 399	249 775	204 726
Udziały niekontrolujące	73 536	197 367	16 986	46 316
Kapitał własny razem	1 154 864	1 069 766	266 762	251 042
Kapitał zakładowy	714	714	165	168
Średnia ważona liczba akcji zwykłych (w szt.)	21 213 893	21 213 893	21 213 893	21 213 893
Średnia ważona liczba akcji zwykłych wykorzystana do obliczenia zysku rozwodnionego przypadającego na jedną akcję	21 552 365	21 344 482	21 552 365	21 344 482
Podstawowy zysk na jedną akcję zwykłą (w zł/euro)	2,02	0,88	0,48	0,21
Rozwodniony zysk na jedną akcję zwykłą (w zł/euro)	1,98	0,87	0,47	0,21
Podstawowy zysk z działalności kontynuowanej na jedną akcję zwykłą (w zł/euro)	2,62	0,27	0,63	0,06
Rozwodniony zysk z działalności kontynuowanej na jedną akcję zwykłą (w zł/euro)	2,58	0,26	0,62	0,06
Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję	-	-	-	-