

Analiza Finansowa Zarządu

Empik Media & Fashion S.A.
za pierwszy kwartał zakończony 31 marca 2015 roku

1. PODSTAWOWE WYNIKI FINANSOWE	2
2. SIEĆ SPRZEDAŻY DETALICZNEJ GRUPY EM&F.....	4
3. WYNIKI SPRZEDAŻY W SKLEPACH LFL	5
4. PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ	5
5. MARŻA BRUTTO ZE SPRZEDAŻY Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ	7
6. EBITDA Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ ORAZ SKORYGOWANA EBITDA Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ	8
7. ZADŁUŻENIE NETTO	9
8. GRUPA SMYK	9
9. GRUPA EMPIK	11
10. E-COMMERCE	12
11. GRUPA OPTIMUM	13
12. SZKOŁY JĘZYKOWE	13
13. SIEĆ SPRZEDAŻY	14

1. Podstawowe wyniki finansowe

Rachunek wyników

mln PLN	I kw. 2015	I kw. 2014	zmiana	w proc.
<u>Działalność kontynuowana</u>				
Przychody ze sprzedaży	610	541	68	13%
Marża brutto	248	227	21	9%
EBITDA	6	-2	8	-
Skorygowana EBITDA*	6	0	6	-
- Grupa Smyk	-4	-9	5	-58%
- Grupa Empik	0	0	0	-
- E-commerce	5	3	2	63%
- Grupa Optimum	4	4	1	17%
- Pozostałe segmenty	0	2	-2	-
EBIT	-27	-25	-2	9%
Strata netto	-42	-41	-1	2%
<u>Działalność zaniechana **</u>				
Przychody ze sprzedaży	56	102	-46	-45%
Marża brutto	35	45	-10	-22%
EBITDA	0	-17	17	-99%
EBIT	-4	-34	30	-88%
Strata netto	-6	-36	29	-82%

* Skorygowana EBITDA Grupy EM&F wyłącza niegotówkowe zyski z wyceny programów akcji pracowniczych oraz jednorazowe koszty projektów strategicznych.

** Wyniki z działalności zaniechanej zostały zaprezentowane oddzielnie od działalności kontynuowanej. W działalności zaniechanej zostały uwzględnione wyniki segmentów Szkoły Językowe, Moda oraz wyniki Smyk Turcja i Smyk Czechy (1 sklep).

Podsumowanie wyników oraz wydarzeń operacyjnych i finansowych

- Dynamiczny rozwój przychodów ze sprzedaży LFL** – w I kwartale 2015 r. Grupa EM&F wypracowała wzrost przychodów ze sprzedaży LFL (na bazie porównywalnych sklepów prowadzących sprzedaż detaliczną, bez uwzględnienia wpływu różnic kursowych) na poziomie +12,6%. Istotnymi czynnikami, mającymi wpływ na wysoki poziom LFL, były:
 - Grupa Smyk kontynuowała wzrost przychodów ze sprzedaży LFL na wszystkich rynkach, uzyskując dynamiczne wzrosty przychodów ze sprzedaży LFL na kluczowych rynkach w Polsce i w Niemczech,
 - Sklepy Empik odnotowały ponad 3% wzrost przychodów ze sprzedaży LFL wynikający w głównej mierze z bardziej atrakcyjnej oferty produktowej zarówno w kategoriach wydawniczych jak i niewydawniczych, co przełożyło się na wzrost średniego koszyka zakupowego,
 - Segment E-commerce kolejny kwartał z rzędu zrealizował istotne wzrosty przychodów ze sprzedaży (wzrost sprzedaży o 49%), istotnie wzrosły przychody ze sprzedaży wszystkich e-sklepów z portfolio segmentu, w tym największe wzrosty przychodów ze sprzedaży zostały osiągnięte przez kluczowe witryny empik.com i smyk.com.
- Dynamiczny rozwój przychodów ze sprzedaży LFL miał istotny wpływ na wzrost przychodów ze sprzedaży z działalności kontynuowanej Grupy EM&F. W I kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży z

działalności kontynuowanej wzrosły o 68 mln PLN (+13%) i wyniosły 610 mln PLN. Główne zmiany w wysokości przychodów ze sprzedaży dotyczyły:

- Grupa Smyk: wzrost przychodów ze sprzedaży o 28 mln PLN (+12%) głównie w wyniku dynamicznego rozwoju przychodów ze sprzedaży LFL,
 - Grupa Empik: wzrost przychodów ze sprzedaży w I kwartale 2015 r. o 14 mln PLN (+7%) był efektem pozytywnego rozwoju LFL oraz zwiększonej skali operacji sklepów Empik (baza sklepów powiększyła się o 22 sklepy w porównaniu do końca I kwartału 2014 r.),
 - Segment E-commerce: wzrost sprzedaży w I kwartale 2015 r. o 49% (23 mln PLN) w porównaniu z rokiem poprzednim wynikał przede wszystkim z dalszego dynamicznego rozwoju całego segmentu.
- Struktura sprzedaży w I kwartale 2015 r. odzwierciedlała przyjętą przez Grupę EM&F strategię, polegającą na koncentracji na rozwoju najbardziej dochodowych i perspektywicznych kategorii produktowych w poszczególnych dywizjach:
 - Grupa Smyk - sukcesywny wzrost udziału marek własnych w strukturze sprzedaży (z naciskiem głównie na zwiększenie udziału własnego asortymentu w strukturze sprzedaży na rynku niemieckim),
 - Grupa Empik – rozwój sprzedaży kategorii „książka” oraz wybranych artykułów segmentu wydawniczego (m. in. z kategorii „muzyka”, „film” i „multimedia”), przy jednoczesnym rozwijaniu oferty artykułów niewydawniczych (głównie artykułów szkolno-biurowych, zabawek edukacyjnych, gier planszowych oraz produktów kreatywnych),
 - Segment E-commerce - dalszy bardzo dynamiczny wzrost przychodów wiodących e-sklepów Grupy – tj. empik.com i smyk.com, a zwłaszcza dynamiczny rozwój kategorii „ubranek dziecięcych” (marki własnej Cool Club), kategorii „akcesoria dziecięce”, „zabawki”, rozwój nowych kategorii - ”kosmetyki” oraz „elektronika” oraz utrzymanie wiodącej pozycji w sprzedaży artykułów wydawniczych.
 - **Marża brutto z działalności kontynuowanej** w I kwartale 2015 r. wyniosła 41% w porównaniu z poziomem 42% w roku poprzednim. W ujęciu nominalnym marża brutto z działalności kontynuowanej wzrosła o 21 mln PLN. Na zmianę poziomu marży brutto miały wpływ następujące czynniki:
 - Grupa Smyk: w I kwartale 2015 r. marża brutto w ujęciu nominalnym wzrosła o 11 mln PLN, w ujęciu procentowym Grupa Smyk zrealizowała w I kwartale 2015 r. marżę brutto na poziomie porównywalnym z rokiem ubiegłym,
 - Grupa Empik: poziom zrealizowanej marży brutto w I kwartale 2015 r. wynikał głównie z działalności sklepów Empik, które w bieżącym okresie zanotowały marżę brutto na poziomie 91 mln PLN (wzrost o 2 mln PLN w porównaniu z rokiem ubiegłym). W ujęciu procentowym Grupa Empik wypracowała marżę brutto na poziomie 42% w porównaniu z 44% w roku poprzednim,
 - w pozostałych segmentach działalności kontynuowanej Grupy EM&F (Segment E-commerce i Grupa Optimum) marża brutto w ujęciu nominalnym zwiększyła się w wyniku wzrostu przychodów ze sprzedaży, dodatkowo w Grupie Optimum po raz kolejny wzrosła rentowność marki Converse, która spowodowała wzrost marży brutto w ujęciu procentowym.
 - **Skorygowana EBITDA z działalności kontynuowanej** – Grupa EM&F w I kwartale 2015 odnotowała Skorygowaną EBITDA z działalności kontynuowanej na poziomie 6 mln PLN, co oznacza wzrost o 6 mln PLN w porównaniu do roku ubiegłego. Największe zmiany EBITDA miały miejsce w:
 - Grupie Smyk: wzrost Skorygowanej EBITDA o 5 mln PLN w I kwartale 2015 r. głównie w wyniku wzrostu przychodów ze sprzedaży, utrzymaniu poziomu marży brutto i ścisłej kontroli kosztów operacyjnych,
 - Segment E-commerce: wzrost Skorygowanej EBITDA o 2 mln PLN w I kwartale 2015 r., głównie w wyniku wzrostu przychodów ze sprzedaży i kontroli kosztów operacyjnych.

- **EBIT z działalności kontynuowanej:** Grupa EM&F odnotowała w I kwartale 2015 r. stratę na poziomie EBIT z działalności kontynuowanej w wysokości 27 mln PLN, w porównaniu ze stratą 25 mln PLN w roku ubiegłym. Zmiany EBIT z działalności kontynuowanej, poza czynnikami opisanymi powyżej w ramach sekcji Skorygowana EBITDA wynikają z faktu zanotowania wyższych o 10 mln PLN kosztów amortyzacji.
- **Strata netto z działalności kontynuowanej:** Grupa EM&F odnotowała w I kwartale 2015 r. stratę netto w wysokości 42 mln PLN. W porównaniu z rokiem ubiegłym nastąpiło powiększenie straty netto z działalności kontynuowanej o 1 mln PLN. Główną przyczyną powyższej zmiany była zmiana na poziomie EBIT z działalności kontynuowanej.
- **Działalność zaniechana:** na koniec I kwartału 2015 r. Grupa EM&F prezentowała w działalności zaniechanej wyniki segmentu Moda, Szkół Językowych oraz Smyk Turcja i Smyk Czechy (1 sklep). Grupa prowadzi następujące działania w zakresie zakończenia operacji z segmentu działalności zaniechanej:
 - Segment Moda: na koniec I kwartału 2015 r. Grupa EM&F posiadała 20 sklepów modowych w Polsce i jest w trakcie finalizacji zaprzestania działalności tego segmentu,
 - Smyk w Czechach: na dzień publikacji niniejszego raportu, działalność jedyne sklepu w Czechach została zakończona,
 - Szkoły Językowe – Grupa EM&F jest w trakcie procesu sprzedaży Szkół Językowych. W tym celu został zaangażowany renomowany bank inwestycyjny. Ze względu na poufny charakter procesu Grupa nie może podać na tym etapie szczegółów dotyczących tego procesu.

2. Sieć sprzedaży detalicznej Grupy EM&F

Ilość punktów sprzedaży oraz ich powierzchnia	Stan na 31.12.2014		Zmiany w I kw.		Stan na 31.03.2015	
	ilość	m.kw.	otwarcia	zamknięcia	ilość	m.kw.
Grupa Smyk	204	188 840	1	-	205	189 449
Grupa Empik	218	91 084	3	(1)	220	91 439
Grupa Optimum	22	2 066	1	-	23	2 177
Razem działalność kontynuowana	444	281 990	5	(1)	448	283 064
Szkoły Językowe	117	35 538	3	(4)	116	35 140
Pozostała działalność zaniechana	44	12 634	-	(23)	21	4 922
Razem działalność zaniechana	161	48 172	3	(27)	137	40 062
Razem Grupa EM&F	605	330 162	8	(28)	585	323 127

* W ramach sieci sprzedaży w segmencie działalności zaniechanej zostały zaprezentowane sklepy segmentu Moda, Szkoły Językowe oraz 1 sklep Smyka w Czechach

Na koniec I kwartału 2015 r. łączna powierzchnia handlowo-usługowa Grupy EM&F wynosiła 323 127 m² i liczyła 585 placówek, z czego 137 placówek (o łącznej powierzchni 40 062 m²) dotyczy działalności zaniechanej (20 sklepów segmentu Moda w Polsce, 116 Szkół Językowych oraz 1 sklepu Smyka w Czechach).

W I kwartale 2015 r. w ramach Grupy EM&F otwarto 5 sklepów (w tym 4 sklepy zostały otwarte w Polsce) oraz 3 Szkoły Językowe. Równocześnie w I kwartale 2015 r. zamkniętych zostało 28 placówek (w tym 27 placówek w ramach działalności zaniechanej).

3. Wyniki sprzedaży w sklepach LFL

Zmiana % r/r (wg stałego kursu)	I kw. 2015
Grupa Smyk	16,2%
Sklepy Smyk	12,8%
Smyk.com	108,4%
Grupa Empik	8,3%
Sklepy Empik	3,3%
Empik.com	43,4%
Grupa EMF*	12,6%

* Dane zaprezentowane w tabeli jako Grupa EM&F odnoszą się do segmentów działalności kontynuowanej, z wyłączeniem Grupy Optimum.

W I kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży LFL Grupy EM&F (na porównywalnej grupie punktów handlowo-usługowych, liczone po kursie stałym) wzrosły się o 12,6% r/r. Wysokie dynamiki sprzedaży LFL notowano na wszystkich liniach biznesowych:

- Grupa Smyk kolejny kwartał z rzędu zrealizowała wysokie dynamiki wzrostu sprzedaży LFL. Wysokie dynamiki sprzedaży osiągnięto we wszystkich krajach i we wszystkich kanałach dystrybucji. Największe rynki – polski i niemiecki zanotowały wzrosty sprzedaży LFL na poziomie odpowiednio +9,3% i +13,8%. Rynki wschodnie zrealizowały bardzo wysokie (ponad dwucyfrowe) dynamiki sprzedaży LFL. Kanał sprzedaży online (wyniki prezentowane w segmencie E-commerce) kontynuował dynamiczny trend rozwoju i pozytywnie kontrybuował do dynamiki wzrostu przychodów ze sprzedaży LFL Grupy Smyk. W kanale online wszystkie kluczowe kategorie osiągnęły wysokie wzrosty sprzedaży,

- Grupa Empik: sklepy Empik odnotowały wzrost przychodów ze sprzedaży LFL na poziomie 3,3%. Najbardziej dynamicznie rozwijała się sprzedaż kategorii wydawniczych („muzyka”, „film”, „książka”), głównie dzięki dobrej sprzedaży artykułów ze stałego asortymentu i atrakcyjnym ofertom promocyjnym, przy niewielkiej liczbie znaczących nowości wydawniczych. Empik jednocześnie odnotował wzrost przychodów ze sprzedaży LFL dla kluczowych kategorii niewydawniczych (artykuły szkolno-biurowe, artystyczne i zabawki), przy jednoczesnym spadku sprzedaży w kategorii „lifestyle”, której oferta jest ograniczana. Kanał online (którego wyniki są prezentowane w segmencie E-commerce) kontynuował w I kwartale 2015 r. trend bardzo dynamicznego wzrostu.

4. Przychody ze sprzedaży z działalności kontynuowanej

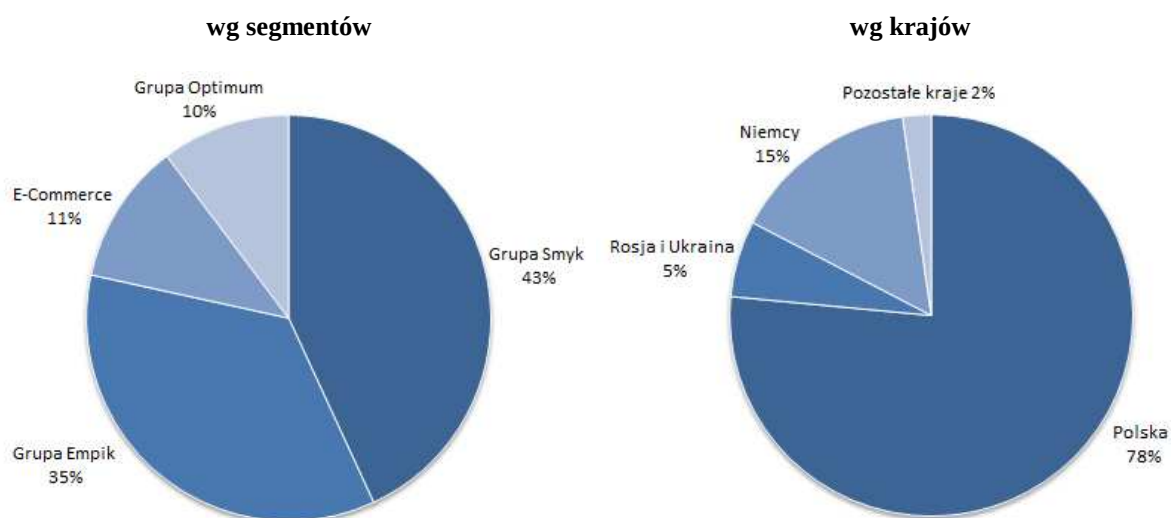
mln PLN	I kw. 2015	I kw. 2014	zmiana	w proc.
Grupa Smyk	263	234	28	12%
Grupa Empik	215	202	14	7%
E-commerce	69	46	23	49%
Grupa Optimum	63	59	4	6%
Grupa EMF	610	541	68	13%

W I kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży Grupy EM&F z działalności kontynuowanej wyniosły 610 mln PLN i wzrosły w porównaniu do roku poprzedniego o 13%. Istotnymi czynnikami wpływającymi na wzrost przychodów ze sprzedaży z działalności kontynuowanej były:

- Grupa Smyk: wzrost sprzedaży w I kwartale 2015 r. o 28 mln PLN (+12%), głównie w wyniku wysokiej dynamiki przychodów ze sprzedaży LFL w sklepach oraz większej skali działalności (na koniec I kwartału 2015 r. Grupa Smyk posiadała 205 sklepów w porównaniu z 201 sklepami na koniec I kwartału 2014 r.)
- Grupa Empik: wzrost sprzedaży w I kwartale 2015 r. o 14 mln PLN (+7%), w wyniku wysokiej dynamiki przychodów ze sprzedaży LFL w sklepach oraz większej skali działalności (na koniec I kwartału 2015 r. Grupa Empik posiadała 220 sklepów w porównaniu z 198 sklepami na koniec I kwartału 2014 r.),
- Segment E-commerce: kolejny kwartał dynamicznego rozwoju wszystkich e-sklepów tego segmentu, w tym najbardziej kluczowe empik.com i smyk.com osiągnęły kilkakrotne wzrosty przychodów ze sprzedaży,
- Grupa Optimum – wzrost przychodów ze sprzedaży w I kwartale 2015 r. o 4 mln PLN w porównaniu z rokiem ubiegłym wynikał w głównej mierze z kolejnych wzrostów sprzedażowych marki Converse.

Struktura przychodów Grupy EM&F wg segmentów w I kwartale 2015r. wskazuje na wyraźny wzrost udziału operacji Grupy Smyk w strukturze Grupy EM&F. Grupa Smyk w I kwartale 2015 r. przekroczyła 43% udziału w przychodach ze sprzedaży z działalności kontynuowanej Grupy EM&F. Udział Grupy Empik w przychodach ze sprzedaży z działalności kontynuowanej Grupy EM&F w I kwartale 2015 r. wyniósł 35%.

Struktura przychodów ze sprzedaży Grupy EM&F z działalności kontynuowanej w I kwartale 2015 r.



Struktura sprzedaży wg krajów wyraźnie wskazuje na koncentrację operacji na terenie Polski. Na koniec I kwartału 2015 r. 78% przychodów ze sprzedaży z działalności kontynuowanej Grupy EM&F wypracowano w Polsce.

Znaczące przychody Grupy EM&F są realizowane również w Niemczech (15%), za co w całości odpowiada spółka Spiele Max AG, należąca do Grupy Smyk, prowadząca sprzedaż artykułów dziecięcych. Przychody z Rosji i Ukrainy stanowiły 5% przychodów ze sprzedaży Grupy EM&F (generowanie głównie przez Grupę Smyk).

5. Marża brutto ze sprzedaży z działalności kontynuowanej

Marża brutto z działalności kontynuowanej

mln PLN	I kw. 2015	% sprzedaży	I kw. 2014	% sprzedaży
Grupa Smyk	112	43%	101	43%
Grupa Empik	91	42%	89	44%
E-commerce	17	25%	13	27%
Grupa Optimum	28	44%	24	41%
Grupa EMF	248	41%	227	42%

Wypracowana w I kwartale 2015 r. marża brutto z działalności kontynuowanej była wyższa w porównaniu z rokiem ubiegłym o 21 mln PLN (+9%). Marża brutto z działalności kontynuowanej w ujęciu procentowym w I kwartale 2015 r. wyniosła 41% i była o 1 pp niższa w porównaniu do roku ubiegłego. Główne zmiany w wysokości marży brutto z działalności kontynuowanej dotyczyły:

- Grupa Smyk: wzrost marży brutto w I kwartale 2015 r. o 11 mln PLN wynikał głównie z dynamicznego rozwoju operacji mierzonego wzrostem przychodów ze sprzedaży. W ujęciu procentowym Grupa Smyk wypracowała marżę brutto na poziomie porównywalnym z rokiem ubiegłym (43%),

- Grupa Empik wypracowała w I kwartale 2015 r. 3% wzrost marży brutto w porównaniu do roku ubiegłego. W ujęciu procentowym Grupa Empik zrealizowała w I kwartale 2015 r. marżę brutto na poziomie 42% (44% w analogicznym okresie roku ubiegłego). Na poziom zrealizowanej w I kwartale 2015 r. marży brutto przez Grupę Empik miały głównie wpływ sklepy Empik, w których marża brutto w ujęciu procentowym zmniejszyła się o 1 p.p. Ten spadek marży dotyczył przede wszystkim segmentu produktów wydawniczych i wynikał z niższej wartości rozliczeń z dostawcami z tytułu realizacji poziomu obrotów (efekt optymalizacji kapitału obrotowego i racjonalizacji polityki promocyjnej). W zakresie produktów niewydawniczych nastąpił istotny wzrost marży w ujęciu procentowym w związku z licznymi wyprzedażami tego asortymentu w roku poprzednim,

- Segment E-commerce w wyniku dynamicznego rozwoju operacji wypracował marżę brutto za I kwartał 2015 r. w kwocie 17 mln PLN, tj. o 4 mln PLN wyższą w porównaniu z rokiem ubiegłym. W ujęciu procentowym marża brutto zmniejszyła się o 2 p.p., z poziomu 27% w roku ubiegłym do poziomu 25% wypracowanego w roku bieżącym. Spadek marży brutto wynikał głównie z niższych marż osiągniętych przez empik.com,

- Grupa Optimum: marża brutto w I kwartale 2015 r. wyniosła 44% i wzrosła w porównaniu do roku poprzedniego o 3 p.p. Wzrost marży brutto wynikał głównie z większej rentowności wypracowanej przez markę Converse. W ujęciu nominalnym Grupa Optimum zanotowała w I kwartale 2015 r. marżę brutto w kwocie 28 mln PLN, tj. o 4 mln PLN wyższą w porównaniu do roku poprzedniego.

6. EBITDA z działalności kontynuowanej oraz skorygowana EBITDA z działalności kontynuowanej

EBITDA z działalności kontynuowanej

mln PLN	I kw. 2015	% sprzedaży	I kw. 2014	% sprzedaży
Grupa Smyk	-4	-1%	-9	-4%
Grupa Empik	0	0%	0	0%
E-commerce	5	7%	3	6%
Grupa Optimum	4	7%	4	6%
Pozostałe	0	-	0	-
Grupa EMF	6	1%	-2	0%

EBITDA z działalności kontynuowanej Grupy EM&F w I kwartale 2015 r. wyniosła 6 mln PLN w porównaniu ze stratą EBITDA na poziomie 2 mln PLN w roku ubiegłym. Począwszy od 2014 r. do oceny skonsolidowanych wyników Grupy EM&F Zarząd wykorzystuje wskaźnik Skorygowana EBITDA, która stanowi właściwą miarę do analizy wyników finansowych Grupy EM&F.

Skorygowana EBITDA z działalności kontynuowanej*

mln PLN	I kw. 2015	% sprzedaży	I kw. 2014	% sprzedaży
Grupa Smyk	-4	-1%	-9	-4%
Grupa Empik	0	0%	0	0%
E-commerce	5	7%	3	6%
Grupa Optimum	4	7%	4	6%
Pozostałe	0	-	2	-
Grupa EMF	6	1%	0	0%

** Skorygowana EBITDA Grupy EM&F wyłącza niegotówkowe zyski z wyceny programów akcji pracowniczych oraz jednorazowe koszty projektów strategicznych.*

Grupa EM&F odnotowała w I kwartale 2015 r. Skorygowaną EBITDA z działalności kontynuowanej w kwocie 6 mln PLN. Skorygowana EBITDA był wyższa od poziomu zrealizowanego w roku poprzednim o 6 mln PLN. Największe zmiany w poziomie Skorygowana EBITDA zostały zanotowane w następujących segmentach:

- Grupa Smyk: wzrost Skorygowanej EBITDA o 5 mln PLN, głównie w wyniku dynamicznego wzrostu przychodów ze sprzedaży, utrzymaniu poziomu marży brutto oraz ścisłej kontroli kosztów operacyjnych,
- Segment E-commerce: Skorygowana EBITDA wyniosła 5 mln PLN i była wyższa w porównaniu z rokiem ubiegłym o 2 mln PLN głównie w wyniku dynamicznego wzrostu przychodów wszystkich e-sklepów, przy niższej procentowej marży brutto oraz kontroli kosztów operacyjnych,

Grupy Empik i Grupa Optimum wypracowały w I kwartale 2015 r. Skorygowaną EBITDA na poziomie porównywalnym z rokiem poprzednim. Segment Pozostałe obejmuje spółki prowadzące działalność holdingową. Zmiana Skorygowanej EBITDA w I kwartale 2015 r. w segmencie Pozostałe w porównaniu do roku poprzedniego wynika z fazywania kosztów spółek holdingowych.

7. Zadłużenie netto

mln PLN	31.03.2015	31.12.2014	zmiana	31.03.2015	31.03.2014	zmiana
Środki pieniężne	88	159	-72	88	129	-42
Zadłużenie długoterminowe	1 032	900	133	1 032	228	805
Zadłużenie krótkoterminowe	24	15	8	24	626	-603
Rozliczane w czasie koszty pozyskania finansowania	-24	-26	2	-24		-24
Zadłużenie netto	-945	-730	-215	-945	-724	-220

Dług netto Grupy EM&F na koniec I kwartału 2015 r. wyniósł 945 mln PLN, co oznacza wzrost w stosunku do 31 grudnia 2014 r. o 215 mln PLN. W porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego dług netto Grupy EM&F wzrósł o 220 mln PLN.

Dług netto Grupy EM&F na koniec I kwartału 2015 r. nie przekroczył limitów określonych w umowach z instytucjami finansowymi.

8. Grupa Smyk

mln PLN	I kw. 2015	I kw. 2014	zmiana	w proc.
Przychody ze sprzedaży	263	234	28	12%
Polska	139	118	21	18%
Niemcy	92	78	14	19%
Pozostałe kraje	32	39	-7	-17%
Marża brutto	112	101	11	11%
Polska	65	56	9	17%
Niemcy	33	29	4	14%
Pozostałe kraje	14	16	-2	-15%
EBITDA	-4	-9	5	-58%

W I kwartale 2015 r. Grupa Smyk kontynuowała dynamiczny rozwój na wszystkich rynkach. Przychody ze sprzedaży wzrosły o 28 mln PLN (realizując wzrost sprzedaży LFL na poziomie 12,8%). Marża brutto wzrosła o 11 mln PLN, a wynik EBITDA był wyższy o 5 mln PLN.

Smyk w Polsce odnotował kolejny wzrost wyników operacyjnych:

- dynamiczny wzrost przychodów ze sprzedaży o 18% w porównaniu do roku poprzedniego, głównie w wyniku wzrostu przychodów ze sprzedaży LFL, jak i większej skali działalności (na koniec I kwartału 2015 r. Smyk w Polsce posiadał 115 sklepów, tj. o 10 sklepów więcej w porównaniu do roku poprzedniego),

- poziom marży brutto w ujęciu procentowym został zasadniczo utrzymany na poziomie porównywalnym z rokiem ubiegłym, z kolei marża brutto w ujęciu nominalnym wzrosła w porównaniu z rokiem poprzednim o 9 mln PLN,

- wzrost przychodów ze sprzedaży, przy zachowaniu poziomów marż brutto oraz ścisłej kontroli kosztów operacyjnych przełożyły się na poprawę wyniku EBITDA o 2 mln PLN w porównaniu z rokiem poprzednim, co umożliwiło osiągnięcie zysku EBITDA w porównaniu do straty w analogicznym okresie poprzedniego roku.

Udana transformacja Spiele Max w Niemczech przełożyła się na poprawę wyników operacyjnych:

- w I kwartale 2015 r. odnotował wzrost przychodów ze sprzedaży LFL na poziomie 13,8% co w istotnym stopniu było przyczyną wzrostu przychodów ze sprzedaży,
- w I kwartale 2015 r. Spiele Max umacniał udział marek własnych (głównie ubranka) w swojej ofercie sprzedażowej, tym samym zrealizował stabilną marżę brutto w ujęciu procentowym na poziomie 36%,
- wzrost przychodów ze sprzedaży, przy ścisłej kontroli kosztów operacyjnych, przełożyły się na zmniejszenie straty EBITDA o 1,4 mln PLN.

Smyk w Rosji i na Ukrainie zanotował ponad dwucyfrowe wzrosty sprzedaży LFL w walucie lokalnej:

- Wyniki Smyka na Ukrainie za I kwartał 2015 r. w walucie lokalnej przewyższyły historycznie zrealizowane poziomy: sprzedaż wzrosła o ponad 50%, poziom marży brutto w ujęciu procentowym wyniósł 43% i był wyższy o prawie 1 p.p. w porównaniu z rokiem ubiegłym. Z kolei dewaluacja hrywny przełożyła się na wzrost kosztów operacyjnych, co z pewnym stopniem ograniczyło przyrost operacji na Ukrainie. Pomimo istotnej deprecjacji hrywny Smyk zanotował na Ukrainie za I kwartał 2015 r. zysk EBITDA na poziomie porównywalnym z rokiem ubiegłym,
- Na rynku rosyjskim Smyk zrealizował wysokie dynamiki sprzedaży w walucie lokalnej, równocześnie utrzymując marże produktowe na poziomie z roku poprzedniego, przy równoczesnym istotnym wzroście kosztów sklepów (głównie wzrosły koszty wynajmu i koszty personalne). Wynik EBITDA, choć o 2 mln PLN wyższy w porównaniu z rokiem ubiegłym, nadal pozostał na negatywnym poziomie.

W przypadku pozostałych rynków, na których operuje Grupa Smyk:

- Smyk w Rumunii odnotowuje stabilne wyniki finansowe,
- Na dzień niniejszego raportu Smyk ostatecznie zakończył działalność jedyne sklepu w Czechach (wyniki Smyka w Czechach na koniec I kwartału 2015 r. zostały zaprezentowane w działalności zaniechanej).

Plany dla Grupy Smyk na rok 2015 obejmują:

- kontynuacja ekspansji w Polsce, dalszy rozwój sprzedaży z operacji wielokanałowych oraz dalsza optymalizacja zaangażowania w kapitał obrotowy,
- dalszy wzrost sprzedaży marek własnych, rozwój e-commerce i operacji wielokanałowych w Niemczech,
- dalsza poprawa rentowności operacji na Wschodzie, głównie w Rosji.
- rozwój nowych kanałów dystrybucji dla dobrze rozpoznawanych i cenionych wśród klientów marek własnych (ubranka „Cool Club” i kolekcje zabawek „Smiki”)

9. Grupa Empik

mln PLN	I kw. 2015	I kw. 2014	zmiana	w proc.
Przychody ze sprzedaży	215	202	14	7%
Sklepy Empik	207	194	12	6%
Publishing	9	7	1	18%
Marża brutto	91	89	2	3%
Sklepy Empik	85	83	2	3%
Publishing	6	6	0	-2%
EBITDA	0	0	0	-

Grupa Empik przechodzi transformację, mającą na celu optymalizację struktury asortymentowej, polityki cenowej i komunikacji marketingowej. Celem tych zmian jest długoterminowa poprawa rentowności Grupy Empik i utrzymanie wiodącej pozycji na rynku. W I kwartale 2015 r. nastąpiła również zmiana na stanowisku prezesa zarządu Empik Sp. z o.o., która ma zapewnić skuteczną finalizację procesu transformacji.

Następujące czynniki miały znaczący wpływ na wyniki operacyjne Grupy Empik za I kwartał 2015 r.:

- Sklepy Empik odnotowały pozytywne dynamiki sprzedaży LFL (+3,3%), co - oprócz wzrostu skali działalności - w istotnym stopniu wpłynęło na wzrost przychodów o 12 mln PLN w porównaniu do roku poprzedniego. Największą dynamikę sprzedaży zanotowały kategorie wydawnicze, w tym „książka”, której przychody w porównaniu z rokiem ubiegłym wzrosły o ponad 11%. „Książka” to największa kategoria sprzedażowa sklepów Empik, która w I kwartale 2015 r. stanowiła 43% przychodów ze sprzedaży sklepów Empik. Wysokie dynamiki sprzedaży, choć istotnie niższe wzrosty przychodów ze sprzedaży w ujęciu nominalnym w porównaniu do kategorii „książka”, zanotowały również kategorie „muzyka” i „film”. Sklepy Empik wypracowały marżę produktową na kategoriach wydawniczych na poziomie roku ubiegłego,

- Sklepy Empik zanotowały w I kwartale 2015 wzrost przychodów ze sprzedaży kategorii niewydawniczych na poziomie 3,6%, pomimo efektu wysokiej bazy z roku poprzedniego (liczne wyprzedaże artykułów niewydawniczych w roku ubiegłym). Jednocześnie istotnie wzrosła rentowność tych kategorii (marża produktowa wzrosła o 4 p.p. w porównaniu z rokiem ubiegłym),

- Oprócz większego poziomu marży brutto wypracowanej przez sklepy Empik, wzrostowi uległy również koszty działalności (większa ilość sklepów w porównaniu do roku ubiegłego),

- Powyższe czynniki sprawiły, iż Sklepy Empik za I kwartał 2015 r. osiągnęły stabilny poziom zysku EBITDA, nieznacznie większy w porównaniu z rokiem ubiegłym,

W segmencie Publishing, który składa się z Grupy Wydawniczej Foksal i Biblioteki Akustycznej, w trakcie I kwartału 2015 r. miały miejsce następujące zmiany:

- Odnotowano niewielki wzrost przychodów ze sprzedaży do podmiotów spoza Grupy EM&F, głównie w wyniku mniejszych poziomów zrealizowanych zwrotów. Segment Publishing wypracował marżę brutto w ujęciu nominalnym na poziomie porównywalnym z rokiem ubiegłym,

- Za I kwartał 2015 r. Publishing wypracował wynik EBITDA na poziomie nieznacznie niższym w porównaniu z rokiem ubiegłym.

Plany na rok 2015 dla Grupy Empik zakładają następujące cele biznesowe:

- kontynuacja umacniania pozycji lidera w dystrybucji produktów kultury i rozrywki w kategoriach wydawniczych (tj. „książka”, „muzyka”, „film”, „multimedia”), jednocześnie rozwijając ofertę w kategoriach niewydawniczych. Zmiany asortymentowe, które wciąż się dokonują w Empiku, oznaczają wzbogacenie oferty o nowe kategorie oraz rozwój wybranych grup produktowych,

- kategoria „książka” – jako strategiczna, sztandarowa kategoria Empiku – będzie nadal rozwijana (celem jest udział w obrocie na poziomie 45%). Z kolei w kategorii produktów niewydawniczych Grupa Empik skupia się na dalszym rozwijaniu oferty artykułów szkolno-biurowych, zabawek edukacyjnych i gier planszowych oraz produktów kreatywnych (tzw. „art & craft”),

- celem operacyjnym Grupy Empik jest także polepszenie percepcji i konkurencyjności cenowej sieci, poprawa dostępności produktów w kategoriach wydawniczych oraz poprawa jakości obsługi klienta i nawigacji w obrębie sklepów.

10. E-commerce

mln PLN	I kw. 2015	I kw. 2014	zmiana	w proc.
Przychody ze sprzedaży	69	46	23	49%
Empik.com	43	30	13	43%
Smyk.com	17	8	9	108%
Gandalf i Digital	9	8	1	12%
Marża brutto	17	13	5	37%
Empik.com	10	8	2	25%
Smyk.com	4	2	2	105%
Gandalf i Digital	3	3	0	17%
EBITDA	5	3	2	63%

W skład segmentu E-commerce wchodzi sklepy internetowe: empik.com, smyk.com, empikfoto.pl, empiktravel.pl i gandalf.com.pl oraz spółki segmentu Digital zajmujące się agregacją i dystrybucją treści w formie cyfrowej w kategoriach „muzyka”, „książka”, „gry”.

I kwartał 2015 r. to kolejny kwartał dynamicznego rozwoju segmentu E-commerce. Przychody ze sprzedaży tej Grupy wzrosły o 23 mln PLN w ujęciu nominalnym, co stanowiło wzrost o 49% r/r. Kluczowe portale empik.com i smyk.com zanotowały istotne wzrosty wskaźników operacyjnych – dwucyfrowy wzrost liczby odwiedzających oraz wzrost ilości kupujących. Przychody ze sprzedaży empik.com wzrosły w I kwartale 2015 r. o ponad 43% r/r, a smyk.com – o ponad 108% r/r. W strukturze sprzedaży I kwartału empik.com nadal największy udział miały kategorie „książka”, „muzyka”, „film”. Dynamicznie rozwijały się również nowe kategorie „elektronika”, „kosmetyki” (na chwilę obecną udział tych kategorii w sprzedaży portalu empik.com jest coraz większy).

Z kolei wiodącymi kategoriami smyk.com w I kwartale 2015 r. były „ubranka i akcesoria dziecięce” oraz „zabawki”.

Trzeci pod względem wielkości portal gandalf.com.pl zanotował w I kwartale 2015 r. wzrost sprzedaży o 12,5% r/r.

Na poziomie marży brutto segment E-commerce wypracował wzrost o 5 mln PLN, który wynikał głównie ze wzrostu skali operacji. W ujęciu procentowym segment E-commerce wypracował marżę brutto w I kwartale 2015 r. na poziomie 25%.

Dynamiczny wzrost przychodów ze sprzedaży, przy jednoczesnej dyscyplinie kosztowej, spowodował wzrost zysku EBITDA o 2 mln PLN w porównaniu z rokiem ubiegłym.

Segment E-commerce w I kwartale 2015 r. wypracował zysk EBITDA w wysokości 5 mln PLN, co stanowi wzrost o 2 mln PLN w porównaniu do roku poprzedniego.

Strategia dla segmentu E-commerce na rok 2015 zakłada w głównej mierze integrację i dalsze wsparcie rozwoju operacji wielokanałowych sklepów Empik oraz Grupy Smyk.

11. Grupa Optimum

mln PLN	I kw. 2015	I kw. 2014	zmiana	w proc.
Przychody ze sprzedaży	63	59	4	6%
Polska	44	41	2	6%
Pozostałe kraje	19	18	1	7%
Marża brutto	28	24	3	13%
EBITDA	4	4	1	17%

W skład Grupy Optimum wchodzi spółki Optimum Distribution, prowadzące dystrybucję artykułów kosmetycznych na terenie Polski, Czech i Słowacji oraz spółki Amersport, realizujące dystrybucję hurtową i handel detaliczny artykułami sportowymi, głównie w Polsce i Rosji.

Wzrost wyników operacyjnych Grupy Optimum w I kwartale 2015 r. w porównaniu do roku poprzedniego (w tym wzrost przychodów ze sprzedaży, przyrost marży brutto i zysku EBITDA) wynikał z dalszego dynamicznego rozwoju dystrybucji marki Converse, głównie w Polsce. Dodatkowo w I kwartale 2015 r. nastąpiła znaczna poprawa rentowności produktowej marki Converse. Dzięki niej Grupa Optimum wypracowała w I kwartale 2015 r. marżę brutto w ujęciu procentowym na poziomie 44% w porównaniu z marżą brutto na poziomie 41% zrealizowaną w roku ubiegłym.

12. Szkoły Językowe

mln PLN	I kw. 2015	I kw. 2014	zmiana	w proc.
Przychody ze sprzedaży	42	50	-8	-15%
Polska	34	34	-1	-2%
Pozostałe kraje	8	15	-7	-45%
Marża brutto	28	34	-6	-18%
EBITDA	0	7	-7	-96%

Grupa EM&F jest w trakcie zaawansowanego procesu sprzedaży Szkół Językowych. W tym celu EM&F zatrudnił renomowany bank inwestycyjny. Ze względu na poufny charakter procesu Grupa EM&F nie może podać szczegółów dotyczących tej transakcji.

W I kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży Szkół Językowych zmniejszyły się o 8 mln PLN, głównie w wyniku niższych przychodów ze sprzedaży w Rosji i na Ukrainie:

- Szkoły Językowe na Ukrainie zanotowały w I kwartale 2015 r., w walucie lokalnej, stabilny poziom wyników operacyjnych. W wyniku istotnej dewaluacji hrywny wartość przychodów ze sprzedaży, marży brutto ze sprzedaży i EBITDA, wyrażonych w PLN znacząco spadły w porównaniu do roku ubiegłego,

- niższe poziomy wyników operacyjnych w I kwartale 2015 r. w Rosji są efektem załamania gospodarki w IV kwartale 2014 r., które przełożyło się na nagły spadek udzielanych kredytów konsumenckich, co miało wpływ na poziom zapisów studentów na kursy językowe, ale także doprowadziło do dewaluacji rubla. Dodatkowo, załamanie gospodarcze wymusiło w drugiej połowie IV kwartału 2014 r. obniżkę ceny kursów. Sytuacja w Rosji ustabilizowała się w I kwartale 2015 r. Spółka notuje poziomy zapisów i ceny zgodnie z oczekiwaniami, jednak ze względu na dewaluację rubla oraz annualizację zapisów na kursy językowe z niższą ceną kursów, wyniki Szkół Językowych w Rosji wyrażone w PLN ukształtowały się na istotnie niższym poziomie w porównaniu do roku poprzedniego.

13. Sieć sprzedaży

Ilość punktów sprzedaży oraz ich powierzchnia	Stan na 31.12.2014		Zmiany w I kw.		Stan na 31.03.2015	
	ilość	m.kw.	otwarcia	zamknięcia	ilość	m.kw.
Grupa Empik	218	91 084	3	(1)	220	91 439
Grupa Smyk	204	188 840	1	-	205	189 449
Polska	114	90 617	1	-	115	91 225
Niemcy	58	78 731			58	78 731
Rosja	21	11 682			21	11 682
Ukraina	8	5 941			8	5 941
Rumunia	3	1 870			3	1 870
Grupa Optimum	22	2 066	1	-	23	2 177
Polska	16	1 582			16	1 582
Rosja	6	484	1	-	7	595
Razem działalność kontynuowana	444	281 990	5	(1)	448	283 064
Szkoły Językowe	117	35 538	3	(4)	116	35 140
Polska	80	26 504	1	-	81	26 697
Rosja	22	5 033	-	(4)	18	4 192
Ukraina	10	2 891	2	-	12	3 141
Turcja	5	1 110			5	1 110
Pozostała działalność zaniechana	44	12 634	-	(23)	21	4 922
Razem działalność zaniechana	161	48 172	3	(27)	137	40 062
Razem Grupa EM&F	605	330 162	8	(28)	585	323 127