SPRAWOZDANIE ZARZĄDU

AMREST HOLDINGS N.V.

ZA ROK 2005

SPIS TREŚCI

1. OPIS DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI 3

2. AKCJONARIAT SPÓŁKI 11

3. OSOBY ZARZĄDZAJĄCE I NADZORUJĄCE SPÓŁKĄ, PROGRAM AKCJI PRACOWNICZYCH 14

4. OPIS ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ 17

5. SYTUACJA FINANSOWA I MAJĄTKOWA SPÓŁKI 21

6. AMREST HOLDINGS N.V. W ROKU 2006 33

7. OŚWIADCZENIA ZARZĄDU 38

ZAŁĄCZNIK NR 1 – UMOWY ZNACZĄCE

ZAŁĄCZNIK NR 2 – UMOWY Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

1. OPIS DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI

1.1. Podstawowe usługi świadczone przez Grupę Kapitałową

AmRest Holdings N.V. zarządza restauracjami KFC (w Polsce oraz w Czechach), restauracjami Pizza Hut (Polska i w roku 2006 także Ukraina) i punktami Ice*Land w Polsce. Dodatkowo w roku 2006 zostaną uruchomione dwie nowe sieci restauracyjne: Freshpoint oraz Rodeo Drive. Nowe marki umożliwią Spółce dywersyfikację usług, a klientom zapewnią satysfakcję dzięki szerokiej ofercie produktów.

Restauracje AmRest umożliwiają skorzystanie z usług gastronomicznych na miejscu, na wynos, obsługę klientów zmotoryzowanych na specjalnych stanowiskach oraz dostawę do klienta według zlecenia złożonego telefonicznie. Celem jest dostarczenie smacznej żywności po przystępnej cenie przy zapewnieniu wysokiej jakości obsługi klienta oraz stworzenie przyjaznej atmosfery i poczucia wygody. Produkty znajdujące w menu restauracji AmRest zawierają firmowe dania, które przygotowuje się ze świeżych składników zgodnie z oryginalnymi przepisami i standardami sieci restauracji KFC i Pizza Hut, a także na podstawie własnych autorskich pomysłów (Freshpoint i Rodeo Drive).

AmRest jest franczyzobiorcą firmy Yum! Brands Inc. w zakresie marek KFC oraz Pizza Hut. Pozostałe, Ice*Land oraz nowopowstające Freshpoint i Rodeo Drive, są markami własnymi AmRest.

a) KFC

KFC jest siecią restauracji szybkiej obsługi oferującą różnorodne dania z kurczaków w Polsce oraz w Czechach, zarówno w postaci przyrządzonych skrzydełek, filetów i nóżek na ostro i łagodnie (oryginalne przepisy „Hot & Spicy" & „TMOR"), a także świeżo przyrządzane sałatki, zróżnicowane w zależności od pory roku, ciastka i desery, oryginalnie przyrządzaną kukurydzę, napoje zimne i gorące. Pod względem wielkości przychodów, a także liczby restauracji, KFC AmRest należy do największych operatorów sieci restauracji w Europie Środkowo-Wschodniej.

KFC w Polsce w roku 2005 osiągnęło bardzo dobre wyniki – zarówno wysokość przychodów jak i zysków przekroczyła wskaźniki założone w planie. Wartość całkowitych przychodów wzrosła m.in. dzięki otwarciom w ramach nowych i istniejących centrów handlowych.

KFC w Czechach zanotowało, patrząc na grupę porównywalnych restauracji, słabsze wyniki sprzedaży niż w Polsce. Związane to było z ogólnymi trendami na rynku. Nie zmieniło to jednak wysokiej zyskowności restauracji czeskich – wciąż wyższej niż w Polsce. Jednocześnie, dzięki zwiększeniu liczby restauracji (m.in. przez przejęcie sieci Big Food) KFC umocniło swoją pozycję na tym rynku.

W obu krajach wprowadzono program „Speed of Service", który pozwolił na 20% przyspieszenie średniego czasu obsługi klientów. Program ten, w połączeniu z ofertą nowych

produktów, wprowadzonych czasowo lub na stałe do menu, takich jak: Okura Rice Bowl (ryż z warzywami oraz pierś kurczaka), Taco Qura Mexican (wersja poprzedniej potrawy z taco i sosem meksykańskim), Pocket Tortilla Wrapped Filet (filet z kurczaka podany w tortilli z warzywami i sosem), Greek Salad (sałatka grecka z fetą, oliwkami, pomidorem), pozwolił na osiągnięcie bardzo dobrych wyników w programie CHAMPS, mierzącym zadowolenie klientów z obsługi, wyglądu, jakości i ogólne postrzeganie restauracji. Na początku 2006 odnotowano rekordowy rezultat w CHAMPS – najlepszy wynik dla brandu od stycznia 2000 roku, co przy istnieniu dwukrotnie większej liczby restauracji jest znaczącym osiągnięciem.

KFC w obu krajach koncentruje się na wzmocnieniu wizerunku marki oferującego obok dań z kurczaka także świeże sałatki, co wzbogaca ofertę i przyciąga nowych klientów. Ten trend kontynuowany jest poprzez wprowadzanie do menu na stałe nowych produktów postrzeganych przez klientów jako świeże.

W 2005 roku zainicjowany został w KFC program mający na celu integrację narzędzi operacyjnych (listy sprawdzające kluczowe, krytyczne obszary restauracji, grafik pracy, plan sprzątania, planowanie produkcji) i procedur obowiązujących w polskich i czeskich częściach brandu. Efektem ma być wprowadzenie jednolitego sposobu zarządzania i zbudowanie platformy do dzielenia się najlepszymi doświadczeniami.

Duży nacisk położono również na rozwój kadry (szkolenia specjalistyczne i spotkania dużych grup kierowników w celu wymiany doświadczeń) i zmniejszenie rotacji (program nagród pracowniczych).

Uporządkowano również strukturę w wielu obszarach. KFC od 2005 roku ma jednego dyrektora zarządzającego dwoma krajami i trzema dystryktami (dwa w Polsce i jeden w Czechach). Ponadto wyznaczono, obok kierowników regionalnych i kierowników restauracji, osoby odpowiedzialne za krytyczne aspekty działania restauracji (menedżer funkcjonalności, menedżer produktu, menedżer pracy).

Strategia KFC dla roku 2005 opierała się na zapewnieniu doskonałej jakości produktu i obsługi przy zachowaniu wysokich standardów czystości, aby poprzez tzw. Customermanię (program służący jak najlepszemu spełnieniu oczekiwań klientów) doprowadzić do wykreowania na rynku wizerunku marki wyraźnie odróżniającego się od innych konkurentów.

b) Pizza Hut

Pizza Hut to jedna z największych sieci restauracji typu *casual dining* w Europie Środkowo-Wschodniej, restauracji zapewniających obsługę kelnerską i szeroki wybór różnorodnych dań. Oferta Pizza Hut obejmuje zarówno tradycyjne, charakterystyczne dla marki pizze na grubym cieście, włoskie pizze na cienkim cieście, proponowane z rozmaitymi dodatkami i sosami, zróżnicowane pasty, sałatki – zarówno gotowe jak i komponowane przez klientów, tortille, ciepłe i zimne przekąski, ciastka i desery lodowe, szeroką ofertę win, świeżo wyciskane soki, kawę przyrządzaną na wiele różnych sposobów oraz inne napoje zimne i gorące.

Restauracje Pizza Hut w roku 2005 przeszły istotne zmiany związane z koncentracją działań na umocnieniu wizerunku marki jako sieci restauracji *casual dining*. Rozbudowany plan renowacji pozwolił nadać restauracjom Pizza Hut nowy wygląd. Najważniejsze innowacje to nowy bar sałatkowy oraz dodatkowe otwarte stanowisko do przygotowania makaronów. Zmiany te podkreślają zobowiązanie brandu do serwowania najwyższej jakości, świeżego jedzenia.

Menu Pizza Hut zostało przebudowane, aby oferować przejrzysty i jednocześnie bogaty zestaw dań dla naszych gości. Wprowadzenie nowych produktów zostało zapoczątkowane przez Pizza Classica – cienką, chrupiącą pizze przygotowywaną z polskiej mąki, przy zachowaniu najwyższych standardów. Inne nowości to klasyczna sałatka Cezar robiona według tradycyjnych receptur oraz kulki przygotowywane z ciasta i sera, podawane jako przystawka z sosami.

W 2005 roku w sieci Pizza Hut dokonano reorganizacji struktury restauracji zamykając cztery jednostki z dominującym kanałem sprzedaży na wynos i przenosząc obsługę klientów tych restauracji do innych punktów. Decyzja o zamknięciu podjęta została po analizie struktury kosztów restauracji, która podobnie jak późniejsze wyniki potwierdziła celowość takiego rozwiązania. W efekcie zyskowność istniejących punktów wzrosła. Zachowano przy tym wysoki poziom usług, rezygnując jedynie z niewielkiej części poprzedniego rejonu dostawy – podyktowane to było koniecznością utrzymania standardów dotyczących czasu dostawy przekładającej się bezpośrednio na jakość produktu i satysfakcje klientów.

Jednocześnie w 2005 roku w Pizza Hut położono duży nacisk na rozwój pracowników, zidentyfikowano najlepszych w ramach programu DMBBLU („Develop More Broad Buisness Leaders Urgently" – „rozwijaj więcej wszechstronnych liderów teraz") i dokonano przeglądu narzędzi szkoleniowych pracowników na każdym poziomie. Skoncentrowano się jednocześnie na strategii rozwoju osobistych i zawodowych umiejętności i cech, co umożliwi Pizza Hut umocnienie pozycji wśród najlepszych brandów w segmencie *casual dining*.

Wszystkie te działania były wspierane przez nowy system raportów, wykorzystywany wcześniej z powodzeniem przez KFC – DOS+ (Disciplined Operating System +). Pozwoliło to na uporządkowanie zarządzania, poprzez wskazanie obszarów wymagających najwięcej uwagi w bardziej usystematyzowany sposób.

c) Ice*Land

Ice*Land to sieć barów lodowych oferujących różnorodne produkty i desery zrobione na bazie lodów o wielu smakach, napojów kawowych i ciast. Restauracja Ice*Land zazwyczaj zlokalizowana jest w obrębie KFC lub Pizza Hut i poprzez wzbogacenie oferty deserami wspiera sprzedaż głównej restauracji. Przychody z tego typu działalności są najwyższe w okresie letnim – część restauracji tego typu działa jedynie w lecie, a wartość ich sprzedaży wlicza się do wyników macierzystej restauracji, dlatego nie prezentowane są wyniki osobno dla Ice*Land.

d) Freshpoint

Rok 2005 był okresem przygotowania do wprowadzenia na rynek dwóch własnych marek restauracyjnych AmRest. Nowe koncepty są tworzone przez AmRest, w związku z czym sprzedaż w tych restauracjach nie będzie obciążona opłatami franczyzowymi na rzecz podmiotów zewnętrznych. Pierwszy z nich, Freshpoint, będzie siecią niewielkich restauracji zlokalizowanych w miejscach o dużym natężeniu ruchu pieszych, serwujących dania w restauracji oraz na wynos. W 2006 roku AmRest zamierza otworzyć kilka takich restauracji.

Pierwsza restauracja Freshpoint została uruchomiona w Warszawie w połowie marca bieżącego roku. Menu restauracji oparte jest na kanapkach serwowanych w różnorodnych konfiguracjach oraz świeżych sałatkach. Ponadto klient restauracji może wybierać pomiędzy wieloma dodatkami w postaci m.in. ciastek oraz chłodnych i ciepłych napojów.

e) Rodeo Drive

Rodeo Drive (American Bar & Grill), drugi nowy koncept, to restauracje typu *casual dining* serwujące dania oparte w głównej mierze o mięso z grilla oraz szeroki wybór drinków. Restauracje zlokalizowane będą w atrakcyjnych miejscach i będą w stanie obsłużyć od 150 do 250 gości. W 2006 roku AmRest zamierza otworzyć kilka restauracji Rodeo Drive. Otwarcie pierwszej restauracji planowane jest w kwietniu 2006 roku.

1.2. Struktura przychodów

Rok 2005 jest kolejnym rokiem wzrostu przychodów ze sprzedaży AmRest – wzrost o 7,9% (500 mln zł w roku 2005 w porównaniu do 463 mln zł w roku 2004). Dynamika wzrostu sprzedaży w 2005 roku w porównaniu z rokiem 2004 była wyraźnie wyższa w drugiej połowie roku i wyniosła 15,0%. Dla porównania wskaźnik CAGR dla sprzedaży w latach 2002–2005 wyniósł 7,2%.

AmRest Holdings N.V. generuje większość swoich przychodów poprzez markę KFC, której przychody stanowiły 73,8% przychodów całej spółki w roku 2005 roku. W 2004 roku udział KFC w przychodach całej spółki wyniósł 72,6%. Przyrost sprzedaży związany jest z bardzo dobrymi wynikami marki oraz otwieraniem większej liczby punktów KFC niż Pizza Hut.

Tabela: Struktura sprzedaży AmRest Holdings N.V. według marek

MARKA	**01-12.2005**		**01-12.2004**	
	tys. zł	udział %	tys. zł	udział %
KFC	369 024	73,8%	336 066	72,6%
PH	130 786	26,2%	127 132	27,4%
Razem	**499 810**	**100,0%**	**463 198**	**100,0%**

* Przychody restauracji typu Multibrand podzielono w proporcji 60% KFC i 40% PH

W Polsce AmRest Holdings N.V. w 2005 roku wygenerował 72,0 % swoich przychodów wobec 70,0% w roku 2004. Udział Czech spadł z 30,0% w 2004 roku do 28,0 % w 2005 roku. Spadek sprzedaży spowodowany był m.in. czasowym zamknięciem (3 miesiące) jednej z największych restauracji czeskich z powodu remontu.

Tabela: Struktura sprzedaży AmRest N.V. według krajów

KRAJ	**01-12.2005**		**01-12.2004**	
	tys. zł	udział %	tys. zł	udział %
Polska	360 002	72,0%	324 433	70,0%
Czechy	139 808	28,0%	138 765	30,0%
Razem	**499 810**	**100,0%**	**463 198**	**100,0%**

* Przychody restauracji typu Multibrand podzielono w proporcji 60% KFC i 40% PH

1.3. Odbiorcy

Produkty AmRest są kierowane do bardzo szerokiej liczby indywidualnych klientów poprzez sieć własnych restauracji zlokalizowanych na terenie zarówno Polski jak i Czech, głównie w miastach lub ich okolicy.

Docelowa grupa potencjalnych klientów KFC, zarówno w Polsce, jak i w Czechach, to osoby w wieku 15-39 lat. W oparciu o dostępne oficjalne dane statystyczne, grupa ta stanowi 31% ludności Polski i 44% ludności Czech. Ponad 52% czeskich klientów KFC to

osoby w wieku 16-34 lat, a 29% w wieku 35-54 lat. W przybliżeniu 41% (poprzednie badanie wykonane w roku 2004: 43%) czeskich klientów KFC ukończyło co najmniej szkołę średnią, a ponad 60% (poprzednio: 61,5%) mieszka w miastach o liczbie mieszkańców powyżej 20 000. W wypadku polskich klientów KFC 79% (poprzednio: 78%) to osoby w wieku 15-39 lat, 78% (poprzednio: 78%) ukończyło co najmniej szkołę średnią, a 66% (poprzednio: 67%) mieszka w miastach o liczbie mieszkańców powyżej 20 000.

Główną docelową grupę klientów Pizza Hut w Polsce stanowią osoby w wieku od 15 do 39 lat. Zgodnie z najnowszymi krajowymi danymi statystycznymi, grupa ta obejmuje 31% (poprzednio: 31%) ludności. 75% (poprzednio: 75%) klientów Pizza Hut w Polsce stanowią osoby w wieku od 15 do 39 lat, 73% (poprzednio: 71%) klientów ukończyło co najmniej szkołę średnią, a 60% (63%) mieszka w miastach o liczbie ludności przekraczającej 20 000.

Powyższe wyniki pochodzą z badań przeprowadzonych w zeszłym roku przez SMG/KRC TGI w Polsce (styczeń-grudzień 2005) oraz przez MML TGI w Czechach (czerwiec-listopad 2005). Różnice pomiędzy latami 2005 i 2004 mieszczą się w granicach błędu statystycznego.

1.4. Dostawcy

Strategia zakupów produktów żywnościowych oraz opakowań AmRest oparta jest o następujące kryteria: zapewnienie jakości, wysokiego poziomu usług oraz konkurencyjności na rynku – po spełnieniu pierwszych dwóch wymogów. W firmie istnieje bardzo rygorystyczny program zatwierdzania nowych dostawców oraz produktów jak również monitoringu aktualnych dostawców. System ten pozwala nam mieć pewność, że produkty dostarczane do restauracji AmRest spełniają wszystkie wymagane parametry.

W roku 2005 wszyscy główni dostawcy oraz dystrybutorzy otrzymali zgodnie najwyższe oceny dotyczące zakładów produkcyjnych, w których produkowane są produkty dla AmRest. Ponadto w restauracjach Pizza Hut oraz KFC, w Polsce oraz Czechach, wprowadzono system HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Point*).

W roku 2005 opracowana została strategia konsolidacji zakupów produktów żywnościowych, aby zwiększyć efektywność w całym łańcuchu dostaw oraz uzyskać przewagę konkurencyjna w całym regionie Centralnej Europy. Celem uzyskania pożądanych efektów została w 2005 roku powołana firma SCM Sp. z o.o., która na dzień dzisiejszy świadczy usługi nie tylko dla AmRest, ale również innych franszyzobiorców firmy Yum! w Europie Centralnej. W roku 2005 AmRest, poprzez spółkę zależną American Restaurants Sp. z o.o., zawarła umowę pośrednictwa z SCM. Umowa dotyczy usług polegających na pośrednictwie i negocjacji warunków dostaw do restauracji, w tym negocjacji warunków umów dystrybucji. Obecnie SCM prowadzi również rozmowy z dystrybutorami na rynku rosyjskim, co pozwoli w zasadniczy sposób zwiększyć efekt skali zakupów.

W 2005 roku firmy Drobimex, Konspol oraz Bona Agra, dotychczasowi dostawcy AmRest, zostali zaaprobowani przez Yum! również w zakresie Niemiec, Francji i Holandii. Świadczy to o wysokim poziomie świadczonych przez te podmioty usług. Ponadto w

ubiegłym roku na rynek Europy Centralnej została wprowadzona firma Lactalis, która dostarcza ser mozzarella do Pizza Hut w Rosji, na Węgrzech, Cyprze i Bułgarii.

Bardzo istotnym elementem strategii AmRest jest unifikacja opakowań czego rezultatem jest znaczne obniżenie kosztów produkcji opakowań w Polsce, Czechach oraz Rosji – polityka w tym zakresie będzie kontynuowana.

Efektem powyższych działań było znaczne obniżenie cen całego koszyka produktów żywnościowych oraz opakowań dla sieci Pizza Hut oraz KFC w Polsce i Czechach w porównaniu z rokiem 2004. W tym zakresie firma SCM uzyskała najlepszy wynik w całym systemie Yum! w Europie.

W ubiegłym roku AmRest podjął decyzję o przedłużeniu umowy z naszym strategicznym partnerem Pepsi Cola, umowa ta obowiązuje do końca 2010 roku. Szczegółowe informacje dotyczące umowy znajdują się w Załączniku nr 1.

Bardzo istotnym elementem strategii AmRest jest rozwój nowych produktów oraz nowych marek. Działania te są reakcją na zmieniające się potrzeby klientów Pizza Hut oraz KFC. W roku ubiegłym Spółka wyselekcjonowała 5 firm, które opracują nowe produkty wspólnie z zespołem SCM, marketingu oraz NPD (New Product Development). Strategia wprowadzania nowych produktów będzie kontynuowana w roku 2006.

Od lipca 2003 roku głównym dostawcą AmRest jest firma McLane. Spółka ta zaopatruje restauracje w Polsce w opakowania oraz wszystkie produkty żywnościowe, z wyłączeniem kurczaków dostarczanych bezpośrednio od producentów oraz warzyw – w przypadku niektórych restauracji. W roku 2005, po dokonaniu porównania cen na świadczone usługi w całym systemie Yum! w Europie, podjęto decyzję o przedłużeniu umowy na kolejne dwa lata z tą firma. Umowa została przedłużona do końca lipca 2008 roku (szczegółowe informacje znajdują się w Załączniku nr 1).

Lista 10 największych dostawców dla Pizza Hut oraz KFC w Polsce:

Mc Lane – dostawca

Drobimex – kurczaki

Konspol – kurczaki

Pepsi Cola – napoje zimne

Cerealia – bulki

OSM Szczurowa – ser mozzarella

Stoever – frytki

Bona Agra - warzywa

Huhtamaki – opakowania

Lactalis – ser mozzarella , ementaler

oraz 10 największych dostawców w przypadku Czech:

Agropol Food – kurczak

E.S.T.- dystrybutor

Beskyd Frycovice – warzywa i sosy

Pepsi Cola – napoje zimne

Stoever – frytki

Setuza – shortening

Huhtamaki – opakowania

Run – kukurydza w kolbach

McCormick – przyprawy oraz marynaty

Bohemik – lody i desery

McLane jest jedynym dostawcą, którego wartość dostaw przekracza 10% przychodów ze sprzedaży. Usługi pozostałych największych dostawców (przedstawionych powyżej) plasują się poniżej tego progu.

2. AKCJONARIAT SPÓŁKI

2.1. Struktura akcjonariatu

Według informacji posiadanych przez Spółkę, na dzień przekazania raportu rocznego, 31 marca 2006 roku, następujący akcjonariusze przekazali informacje o posiadaniu bezpośrednio lub pośrednio (poprzez podmioty zależne) co najmniej 5% liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy AmRest Holdings N.V.

Tabela: Struktura akcjonariatu AmRest Holdings N.V.

Akcjonariusze	Liczba akcji	Udział w kapitale %	Liczba głosów na WZA	Udział na WZA %
IRI LLC	5 338 000	39,54%	5 338 000	39,54%
ING Nationale – Nederlanden Polska OFE	838 046	6,21%	838 046	6,21%
American Life Insurance and Reinsurance Company	767 202	5,68%	767 202	5,68%
BZ WBK AIB AM S.A.	724 911	5,37%	724 911	5,37%
ING TFI S.A.	706 227	5,23%	706 227	5,23%
PZU Życie S.A.	694 986	5,15%	694 986	5,15%
PZU S.A.	158 638	1,18%	158 638	1,18%
Pozostali akcjonariusze	4 271 990	31,64%	4 271 990	31,64%
Razem	13 500 000	100,00%	13 500 000	100,00%

*IRI LLC jest spółką kontrolowaną w 100% przez ARC.

2.2. Opis zmian w akcjonariacie

Poniżej przedstawiono historię istotnych zmian w strukturze akcjonariatu Spółki po debiucie giełdowym w kwietniu 2005 roku.

IRI LLC, główny akcjonariusz AmRest Holdings N.V., w dniu 18 stycznia 2006 roku zmniejszył swój stan posiadania akcji o 45 000 sztuk i posiada obecnie 5 338 000 akcji, co stanowi 39,54% kapitału zakładowego i uprawnia do 5 338 000 głosów na walnym zgromadzeniu, tj. 39,54% ogólnej liczby głosów. Poprzednio IRI LLC informowało o zmniejszeniu swojego stanu posiadania o 257 000 sztuk akcji. Zostały one sprzedane w dwóch transzach: 182 000 (rozliczenie w dniu 19 lipca 2005 roku) i 75 000 (rozliczenie w dniu 14 września 2005 roku). Akcje te były wydzielone w celu zaspokojenia wypłat z tytułu programu opcji pracowniczych przejętego od Spółki przez akcjonariusza (informacje na ten temat zostały zamieszczone w Prospekcie Emisyjnym AmRest Holdings N.V.). Akcje te nie podlegały 12 miesięcznemu ograniczeniu sprzedaży. Zarząd nie był beneficjentem tej transakcji. Po tej zmianie IRI LLC posiadało 5 383 000 akcji, co stanowiło 39,87% kapitału zakładowego i uprawniało do 5 383 000 głosów na walnym zgromadzeniu, tj. 39,87% ogólnej liczby głosów. Przed zmianą IRI LLC posiadało 5 640 000 akcji,

co stanowiło 41,78% kapitału zakładowego i uprawniało do 5 640 000 głosów na walnym zgromadzeniu, tj. 41,78% ogólnej liczby głosów.

ING Nationale – Nederlanden Polska Otwarty Fundusz Emerytalny, zgodnie z przekazaną informacją z dnia 20 lipca 2005 roku, stał się posiadaczem 838 046 akcji AmRest Holdings N.V., stanowiących 6,21 % kapitału zakładowego i uprawniających do 838 046 głosów na walnym zgromadzeniu, co stanowi 6,21 % ogólnej liczby głosów. ING nie poinformował ile akcji Spółki posiadał przed zmianą.

American Life Insurance and Reinsurance Company, w wyniku zapisów na rachunkach papierów wartościowych dokonywanych w dniu 26 kwietnia 2005 roku, posiadało 767 202 akcji AmRest Holdings N.V., co stanowi 5,68% kapitału zakładowego Spółki i uprawnia do 767 202 głosów na walnym zgromadzeniu, tj. 5,68% ogólnej liczby głosów. Powyższe zaangażowanie American Life Insurance and Reinsurance Company ma charakter pośredni i wynika z zaangażowania AIG OFE (zarządzanego prze AIG PTE S.A.), oraz AIG Asset Management Polska S.A. w ramach zarządzania cudzym portfelem papierów wartościowych na zlecenie. American Life Insurance and Reinsurance Company nie poinformowało ile akcji Spółki posiadało przed zmianą.

Klienci BZ WBK AIB Asset Management S.A. w wyniku nabycia akcji, rozliczonego w dniu 16 marca 2006 roku, stali się posiadaczami łącznie 724 911 akcji AmRest Holdings N.V., co stanowi 5,37% kapitału zakładowego Spółki i uprawnia łącznie do 724 911 głosów, tj. 5,37% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Przed zmianą udziału klienci BZ WBK AIB Asset Management S.A. posiadali łącznie 674 911 akcji AmRest Holdings N.V., co stanowiło 4,999% kapitału zakładowego Spółki i uprawniało łącznie do 674 911 głosów, tj. 4,999% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

Fundusze inwestycyjne zarządzane przez ING Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. w dniu 6 marca 2006 roku nabyły akcje AmRest Holdings N.V. zwiększając stan posiadania łącznie do 706 227 akcji, co stanowi 5,23% kapitału zakładowego Spółki i uprawnia łącznie do 706 227 głosów, tj. 5,23% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Przed zmianą udziału fundusze inwestycyjne zarządzane przez ING TFI S.A. posiadały łącznie 641 227 akcji AmRest Holdings N.V., co stanowiło 4,75% kapitału zakładowego Spółki i uprawniało łącznie do 641 227 głosów, tj. 4,75% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

PZU Życie S.A., zgodnie z informacją z dnia 7 czerwca 2005 roku, posiadało 694 986 akcji Spółki AmRest Holdings N.V., co daje 5,15% udziału w kapitale zakładowym Spółki i uprawnia do 694 986 głosów tj. 5,15% ogólnej liczby głosów. Natomiast PZU S.A., według stanu na dzień 27 kwietnia 2005 roku, posiadała 158 638 akcji Spółki AmRest Holdings N.V., co daje 1,18% udziału w kapitale zakładowym Spółki i uprawnia do 158 638 głosów tj. 1,18% ogólnej liczby głosów.

SG Asset Management w dniu 2 grudnia 2005 roku zmniejszyło swój stan posiadania akcji AmRest Holdings N.V. do 663 146 akcji, co stanowi 4,91% kapitału zakładowego Spółki i uprawnia do 663 146 głosów na walnym zgromadzeniu, tj. 4,91% ogólnej liczby głosów. Poprzednio SG Asset Management, po dokonaniu dwóch transakcji zakupu w dniach 19 i 20 września 2005 roku, informowało o zwiększeniu liczby posiadanych akcji

AmRest Holdings N.V. do 705 511 sztuk, co stanowiło 5,23 % kapitału zakładowego i uprawniało do 705 511 głosów na walnym zgromadzeniu, tj. 5,23 % ogólnej liczby głosów.

2.3. Pozostałe informacje dotyczące akcjonariatu

Zarząd AmRest Holdings N.V. nie posiada żadnych informacji o umowach (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy.

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

3. OSOBY ZARZĄDZAJĄCE I NADZORUJĄCE SPÓŁKĄ, PROGRAM AKCJI PRACOWNICZYCH

3.1. Skład Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki

W ciągu ostatniego roku obrotowego nie nastąpiły zmiany w zasadach dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz uprawnieniach osób zarządzających.

a) Zarząd

W dniu 17 listopada 2005 roku Rada Nadzorcza Amrest Holdings N.V. przyjęła rezygnację Pana Petera Whiskerd-Węgorzewskiego z funkcji Członka Zarządu oraz Dyrektora Zarządzającego w Spółce. Jednocześnie Rada Nadzorcza uchwałą z dnia 17 listopada 2005 roku powołała Pana Wojciecha Mroczyńskiego na stanowisko Członka Zarządu Amrest Holdings N.V. i powierzyła mu funkcję Dyrektora Zarządzającego w Spółce.

W skład Zarządu Spółki wchodzą:

Henry McGovern

Wojciech Mroczyński

b) Rada Nadzorcza

W dniu 26 kwietnia 2005 roku panowie Martin Shaker, Laurencje Roberts i Peter Roland Hearl złożyli rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej AmRest Holdnigs N.V.

Na ich miejsce zostały powołane następujące osoby: Przemysław Schmidt, Jan Sykora, Per Steen Breimyr.

W skład Rady Nadzorczej Spółki wchodzą następujące osoby:

Christian Richard Eisenbeiss

Donald Macintosh Kendall Sr.

Donald Macintosh Kendall Jr.

Przemysław Schmidt

Jan Sykora

Per Steen Breimyr

3.2. Wynagrodzenie osób zarządzających i nadzorujących Spółkę

W 2005 roku osoby nadzorujące AmRest Holdings N.V. nie otrzymywały wynagrodzenia z tytułu pełnienia funkcji w Radzie Nadzorczej Spółki.

Pan Henry McGovern otrzymuje wynagrodzenie z tytułu pełnienia funkcji Członka Zarządu American Restaurants Sp. z o.o. Ponadto Pan Henry McGovern świadczy usługi na rzecz Grupy AmRest, których koszty pokrywane są przez American Restaurants Sp. z o.o. i American Restaurants s.r.o. na rzecz ARC Inc. zgodnie z umową o świadczenie usług zawartą pomiędzy American Restaurants Sp. z o.o. a ARC Inc.

Pan Peter Whiskerd-Wegorzewski był zatrudniony w American Restaurants Sp. z o.o. na stanowisku Dyrektora ds. operacyjnych na podstawie umowy o pracę i otrzymywał wynagrodzenie z tego tytułu. Ponadto Pan Peter Whiskerd-Wegorzewski świadczył usługi na rzecz Grupy AmRest, których koszty pokrywane były przez American Restaurants Sp. z o.o. i American Restaurants s.r.o. na rzecz ARC Inc. zgodnie z umową o świadczenie usług zawartą pomiędzy American Restaurants Sp. z o.o. a ARC Inc. i z tych tytułów otrzymywał wynagrodzenie.

Pan Wojciech Mroczyński jest zatrudniony w American Restaurants Sp. z o.o. na stanowisku Dyrektora Finansowego na podstawie umowy o pracę i z tego tytułu otrzymuje wynagrodzenie.

Całkowite wynagrodzenie Pana Henry'ego McGoverna wypłacone przez Grupę AmRest, w 2005 roku wyniosło 1 147 tys. zł.

Całkowite wynagrodzenie Pana Petera Whiskerd-Węgorzewskiego wypłacone przez Grupę AmRest w 2005 roku wyniosło 693 tys. zł.

Całkowite wynagrodzenie Pana Wojciecha Mroczyńskiego wypłacone przez Grupę AmRest w 2005 roku wyniosło 181 tys. zł.

Pan Henry McGovern i Pan Wojciech Mroczyński są objęci Planem Opcyjnym.

Na dzień 31 grudnia 2005 roku Pan Henry McGovern posiadał z tego tytułu łącznie 100 000 jednostek uczestnictwa (opcji), z czego 73 334 to jednostki, które już nabyły prawo do realizacji. Ich wartość na 31 grudnia 2005 roku wynosiła 1 031 tys. zł.

Na dzień 31 grudnia 2005 Pan Wojciech Mroczyński posiadał 7 000 jednostek uczestnictwa (opcji), z czego żadna jednostka nie nabyła prawa do realizacji.

Więcej informacji na temat programu opcji znajduje się notach 1(o) i 20 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

3.3. Pozostałe informacje dotyczące osób zarządzających i nadzorujących Spółką

Zarząd AmRest Holdings N.V. informuje, że nie istnieją umowy pomiędzy Spółką a osobami zarządzającymi przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska.

Osoby zarządzające i nadzorujące AmRest Holdings N.V. nie posiadają akcji Spółki ani akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Spółki.

3.4. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych

Do 27 kwietnia 2005 roku w Grupie AmRest funkcjonował Plan Udziału w Zyskach („Plan"), w ramach którego uprawnieni pracownicy otrzymywali jednostki uczestnictwa o wartości opartej na wielokrotności zysku za rok obrotowy, skorygowanej o czynniki przewidziane zasadami Planu. Zgodnie z zasadami Planu, po zakończeniu procesu dopuszczania akcji spółki AmRest Holdings N.V. do obrotu publicznego na Giełdzie Papierów Wartościowych, Spółka miała obowiązek wypłaty pracownikom wartości zapadłych jednostek uczestnictwa na dzień dopuszczenia jej akcji do obrotu publicznego. Wartość tych jednostek stanowiła różnicę pomiędzy z góry ustaloną wartością jednostek uczestnictwa na dzień ich wydania oraz wartością niniejszych instrumentów na dzień dopuszczenia akcji AmRest Holdings N.V. do obrotu publicznego, obliczoną w sposób przewidziany w zasadach Planu. Kwota płatności dokonanych w roku 2005 z tego tytułu wyniosła 697 tys. zł.

Plan Udziału w Zyskach został rozwiązany z dniem 27 kwietnia 2005 roku. Część wydanych jednostek uczestnictwa, które nabyły już prawo do wypłaty na dzień 27 kwietnia 2005 roku, zostało rozliczone przez Spółkę. Zobowiązania wynikające z pozostałych wydanych jednostek uczestnictwa, które nie nabyły jeszcze prawa do wypłaty oraz nierozliczonych jednostek, które nabyły prawo do realizacji na ten dzień, zostały przejęte przez ARC, akcjonariusza Spółki i zostaną przez ten podmiot rozliczone w przyszłości.

W kwietniu 2005 roku Spółka ogłosiła swoim pracownikom zasady Planu Opcji Pracowniczych („Plan Opcji"). Plan ten umożliwia pracownikom Grupy AmRest zakup akcji spółki AmRest Holdings N.V. Całkowita liczba akcji, do których wydawane mogą być opcje, jest ustalana przez Zarząd, nie może jednak przekroczyć 3% wszystkich akcji znajdujących się w obrocie. Dodatkowo, zgodnie z postanowieniami Planu Opcji, grono pracowników uprawnionych do uczestniczenia w Planie Opcji, liczba przyznanych opcji oraz daty ich przyznania podlegają zatwierdzeniu przez Zarząd. Cena wykonania opcji będzie równa cenie rynkowej akcji Spółki z dnia przyznania opcji, natomiast okres nabywania uprawnień do opcji wyniesie 3 lub 5 lat. Liczba nadanych w roku 2005 opcji to 79 300, natomiast ich średnia cena wykonania wyniosła 24,2 zł.

Powyższe programy mają charakter motywacyjny i skierowane są wyłącznie do kluczowych pracowników oraz członków kadry menedżerskiej spółek Grupy AmRest.

Szczegółowe informacje dotyczące wycen oraz ujęcia księgowego powyższych planów znajdują się w nocie 20 skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

4. OPIS ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ

4.1. Skład Holdingu

Na dzień 31 grudnia 2005 roku w skład Grupy Kapitałowej wchodziły następujące podmioty zależne:

Nazwa spółki	Adres oraz kraj siedziby	Główny obszar działalności	Nazwa podmiotu dominującego	Udział w kapitale oraz ogólnej liczbie głosów	Data objęcia kontroli
American Restaurants Sp. z o.o.	Wrocław, Polska	Prowadzenie restauracji Pizza Hut i KFC w Polsce	AmRest Holdings N.V.	100.00 %	grudzień 2000
American Restaurants s.r.o.	Praga, Republika Czeska	Prowadzenie restauracji Pizza Hut i KFC w Republice Czeskiej	AmRest Holdings N.V.	100.00 %	grudzień 2000
International Fast Food Polska Sp. z o.o.	Wrocław, Polska	Najem powierzchni użytkowej i wyposażenia restauracji	American Restaurants Sp. z o.o.	100.00 %	styczeń 2001
Pizza Hut s.r.o.	Praga, Republika Czeska	Brak bieżącej działalności	American Restaurants s.r.o. American Restaurants Sp. z o.o.	99.973% 0.027%	grudzień 2000
Fried Chicken s.r.o. (dawniej miklik's food s.r.o.)	Praga, Republika Czeska	Obecnie Spółka nie prowadzi działalności	Pizza Hut s.r.o.	100.00%	maj 2005
Grifex I Sp. z o.o.	Wrocław, Polska	Obsługa centrum rozrywki dla dzieci w Warszawie, także restauracji KFC	American Restaurants Sp. z o.o.	48.00 %	wrzesień 2003
Galeria Arka Sp. z o.o.	Warszawa, Polska	Najemca powierzchni, na której planowane jest otwarcie restauracji	American Restaurants Sp. z o.o.	100.00 %	marzec 2005
Amrest Ukraina t.o.w.	Kijów, Ukraina	Prowadzenie restauracji Pizza Hut na Ukrainie	American Restaurants Sp. z o.o.	100.00 %	grudzień 2005

W skład Grupy Kapitałowej na dzień 31 grudnia 2005 roku wchodzą następujące podmioty stowarzyszone ujęte w sprawozdaniu finansowym metodą praw własności:

Nazwa spółki	Adres oraz kraj siedziby	Główny obszar działalności	Nazwa podmiotu dominującego	Udział w kapitale oraz ogólnej liczbie głosów	Data nabycia
Worldwide Communication Services LLC	Nevada, USA	Działalność marketingowa dla podmiotów Grupy Kapitałowej	American Restaurants Sp. z o.o.	33,33 %	Październik 2003
Global Communication Services Sp. z o.o. w likwidacji	Warszawa, Polska	Brak bieżącej działalności	Worldwide Communication Services LLC	33,33 %	Maj 2002
Synergy Marketing Partners Sp. z o.o.	Warszawa, Polska	Działalność marketingowa dla podmiotów Grupy Kapitałowej	Worldwide Communication Services LLC.	26,66%	Maj 2002
Red 8 Communications Group Sp. z o.o.	Warszawa, Polska	Działalność marketingowa dla podmiotów Grupy Kapitałowej	Worldwide Communication Services LLC	17,33%	Maj 2002
Synergy Marketing Partners s.r.o.	Praga, Republika Czeska	Działalność marketingowa dla podmiotów Grupy Kapitałowej	Synergy Marketing Partners Sp. z o.o.	24,00%	Utworzona w lutym 2005
SCM Sp. z o.o.	Chotomów, Polska	Usługi dostawcze świadczone Grupie Kapitałowej	American Restaurants Sp. z o.o.	35,00%	Kwiecień 2005

Worldwide Communication Services LLC (WCS) oraz jej podmioty zależne, Global Communication Services Sp. z o.o., Synergy Marketing Partners Sp. z o.o. oraz Red 8 Communications Sp. z o.o. były konsolidowane przez Spółkę w okresie od stycznia 2004 roku do 30 grudnia 2004 roku, w związku z kontrolą, którą sprawowała nad WCS w tym okresie z racji posiadanych udziałów. W dniu 30 grudnia 2004 roku American Restaurants Sp. z o.o. zbyła podmiotowi niepowiązanemu 33,33% udziałów w WCS, obniżając tym samym swe udziały w WCS do 33,33%.

W dniu 16 marca 2005 roku Zgromadzenie Wspólników Global Communication Services Sp.z o.o. podjęło uchwałę o rozwiązaniu spółki po przeprowadzeniu likwidacji. Planuje się zakończenie procesu likwidacji w ciągu kilku miesięcy.

W dniu 23 marca 2005 roku Spółka American Restaurants Sp. z o.o. zawarła umowę nabycia 100% udziałów spółki Galeria Arka Sp. z o.o. Zakup miał na celu pozyskanie lokalizacji do prowadzenia restauracji w lokalu użytkowym w Warszawie.

W dniu 31 maja 2005 roku spółka zależna Pizza Hut Czech, s.r.o. (Nabywca) zawarła umowę z Vaclav Miklik (Zbywca), której przedmiotem było przeniesienie 100% udziałów w spółce z ograniczoną odpowiedzialnością miklik's food s.r.o. Spółka miklik's food była operatorem sieci barów szybkiej obsługi, serwujących kurczaki, występujących pod marką Big Food.

W dniu 3 czerwca 2005 roku American Restaurants sp. z o.o. (spółka zależna) dokonała zbycia 100% udziałów Surf&Sip Eastern Europe Sp. z o.o., która nie prowadziła działalności gospodarczej.

W dniu 1 października 2005 roku spółki zależne Spolpep Sp. z o.o. i Delta Creator Sp. z o.o. zostały włączone w struktury spółki zależnej American Restaurants Sp. z o.o.

Po dniu bilansowym, w dniu 3 lutego 2006 roku, podmiot zależny American Restaurants Sp. z o.o. nabyła 10% udziałów w SCM Sp. z o.o. i zwiększyła w ten sposób swój udział w SCM Sp. z o.o. do 45%.

Biura Grupy Kapitałowej mieszczą się we Wrocławiu, w Polsce. Restauracje prowadzone przez Grupę Kapitałową są zlokalizowane w Polsce oraz w Republice Czeskiej.

4.2. Zatrudnienie

Stan zatrudnienia w Grupie Kapitałowej na koniec roku 2005 oraz 2004 przedstawia się następująco:

Tabela: Zatrudnienie w AmRest Holdings N.V.

Rok	**2005**	**2004**
Zatrudnienie w restauracjach	5 609	4 764
Zatrudnienie w administracji	112	130
Razem	**5 721**	**4 894**

4.3. Zmiany w sposobie zarządzania

W przedstawionym okresie odnotowano następujące zmiany w sposobie zarządzania przedsiębiorstwem i Grupą Kapitałową:

Istotną zmianą w sposobie zarządzania Spółką jest utworzenie nowego stanowiska Chief Marketing Officer, który odpowiedzialny jest m.in. za zarządzanie markami, wspieranie działań tzw. Brand President'ów w zakresie pozycjonowania marek oraz współpracą z Synergy, strategicznym partnerem AmRest w zakresie marketingu. W dniu 12 września 2005 roku stanowisko CMO objął Zoltan Lukac, który pracował poprzednio dla Kraft Food.

W roku 2005 nastąpiła również ważna zmiana w strukturze zarządzania siecią restauracji AmRest. Od września 2005 roku ustanowiono nowe stanowisko Brand President'a KFC w Polsce i Czechach, na które został awansowany Drew O'Malley pełniący do tej pory

stanowisko Brand President'a KFC w Polsce. Jednocześnie ustanowiono trzy nowe stanowiska District Manager'a, którzy odpowiadają za zarządzanie restauracjami KFC na podległym sobie obszarze i podlegają bezpośrednio Brand President'owi. W lutym 2006 roku na czele brandu Rodeo Drive stanął James Glover, który jednocześnie pozostaje Brand President'em Pizza Hut. W ten sposób połączony został organizacyjnie cały sektor *casual dining* AmRest.

Jednocześnie w roku 2005 konsekwentnie kontynuowana jest polityka upraszczania struktury holdingu oraz redukcji kosztów działalności. W październiku 2005 roku spółki zależne Spolpep Sp. z o.o. i Delta Creator Sp. z o.o. zostały włączone w struktury spółki zależnej American Restaurants Sp. z o.o. Natomiast w czerwcu 2005 roku spółka zależna American Restaurants Sp. z o.o. dokonała zbycia wszystkich udziałów Surf&Sip Eastern Europe Sp. z o.o., która nie prowadziła działalności gospodarczej.

5. SYTUACJA FINANSOWA I MAJĄTKOWA SPÓŁKI

5.1. Ocena wyników Spółki i struktury bilansu

Tabela: Podstawowe dane finansowe AmRest Holdings N.V.

tys. zł o ile nie podano inaczej	2005	2004	2003	2002
Przychody ze sprzedaży	499 810	463 198	430 783	383 693
Zysk operacyjny przed amortyzacją (tys. złotych EBITDA)*	62 204	54 114	48 028	34 641
Rentowność operacyjna z uwzg. amortyzacji (marża EBITDA)	*12,4%*	*11,7%*	*11,1%*	*9,0%*
Zysk (strata) na działalności operacyjnej (tys. złotych)*	24 728	20 618	8 611	4 883
Rentowność operacyjna (marża EBIT)	*4,9%*	*4,5%*	*2,0%*	*1,3%*
Zysk (strata) brutto (tys. złotych)*	17 371	14 038	(7 490)	(17 621)
Rentowność brutto	*3%*	*3%*	*(2%)*	*(5%)*
Zysk (strata) netto (tys. złotych)*	24 133	12 270	(11 347)	(20 778)
Rentowność netto	*4,8%*	*2,6%*	*(3%)*	*(5%)*
Kapitały własne	123 579	17 576	7 957	15 842
Stopa zwrotu z zainwestowanego kapitału własnego (ROE)	*34%*	*96%*	*(95%)*	*(85%)*
Suma bilansowa	286 148	214 366	220 357	222 954
Stopa zwrotu z aktywów (ROA)	*10%*	*6%*	*(5%)*	*(10%)*

** wartości w latach 2004-2005 liczone z wyłączeniem jednorazowych kosztów IPO*

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 brutto – stosunek zysku brutto do przychodów ze sprzedaży;*
- *Rentowność netto – stosunek zysku netto do przychodów ze sprzedaży;*
- *Stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE) – stosunek zysku netto do przeciętnych kapitałów własnych;*
- *Stopa zwrotu z aktywów (ROA) – stosunek zysku netto do przeciętnego stanu aktywów.*

Tabela: Analiza płynności w latach 2002 – 2005

tys. zł, o ile nie podano inaczej	2005	2004	2003	2002
Majątek obrotowy	61 891	31 042	34 421	31 896
Zapasy	5 973	5 819	6 407	7 722
Zobowiązania krótkoterminowe	73 217	169 866	185 342	171 972
Wskaźnik płynności szybkiej	*0,76*	*0,15*	*0,15*	*0,14*
Wskaźnik płynności bieżącej	*0,85*	*0,18*	*0,19*	*0,19*
Środki pieniężne	31 575	11 486	8 558	7 330
Wskaźnik natychmiastowy	*0,43*	*0,07*	*0,05*	*0,04*
Wskaźnik rotacji zapasów (w dniach)	*4,31*	*4,82*	*5,99*	*6,18*
Należności handlowe	13 463	8 069	12 651	10 420
Wskaźnik rotacji należności handlowych (w dniach)	*7,86*	*8,16*	*9,77*	*8,84*
Wskaźnik (cykl) operacyjny (w dniach)	*12,17*	*12,98*	*15,76*	*15,02*
Zobowiązania handlowe	54 896	50 766	56 613	65 242
Wskaźnik rotacji zobowiązań handlowych (w dniach)	*38,58*	*42,31*	*51,62*	*61,49*
Wskaźnik konwersji gotówkowej (w dniach)	*(26,41)*	*(29,33)*	*(35,86)*	*(46,47)*

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: Analiza zadłużenia w latach 2002 – 2005

tys. zł o ile nie podano inaczej	2005	2004	2003	2002
Majątek obrotowy	61 891	31 042	34 421	31 896
Majątek trwały	224 257	183 324	185 936	191 058
Należności handlowe	13 463	8 069	12 651	10 420
Zobowiązania	162 569	196 790	212 400	207 112
Zobowiązania długoterminowe	89 352	26 924	27 058	35 140
Udział zapasów w aktywach obrotowych (%)	*9,65%*	*18,70%*	*18,60%*	*24,20%*
Udział należności handlowych w aktywach obrotowych (%)	*21,75%*	*26,00%*	*36,80%*	*32,70%*
Udział środków pieniężnych w aktywach obrotowych (%)	*51,02%*	*37,00%*	*24,90%*	*23,00%*
Wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym	*0,55x*	*0,10x*	*0,04x*	*0,08x*
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	*0,57x*	*0,92x*	*0,96x*	*0,93x*
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	*0,72x*	*1,53x*	*3,4x*	*2,2x*
Wskaźnik zobowiązań do kapitału własnego	*1,3x*	*11,2x*	*26,7x*	*13,1x*

Definicje:

- *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.*

Sprzedaż AmRest Holdings N.V. w 2005 roku wyniosła 499 810 tys. zł i wzrosła o 7,9% w porównaniu z rokiem 2004. W pierwszej połowie roku istotny wpływ na wynik sprzedaży miały czasowe zamknięcia lub ograniczenia sprzedaży restauracji Pizza Hut spowodowane przeprowadzanym w tym okresie procesem modernizacji. Sprzedaż w drugiej połowie roku rosła bardziej dynamicznie, osiągając wzrost w porównaniu do 2004 roku o 15,0%. Przyczyną szybszego wzrostu były przejęcia restauracji Big Food, Spolpep oraz liczniejsze niż w pierwszej połowie roku otwarcia restauracji własnych.

Wynik sprzedaży 2005 roku uwzględnia też negatywny wpływ osłabienia się kursu korony czeskiej do złotego (w porównaniu do 2004) o około 4,9%.

AmRest systematycznie poprawia swoją rentowność operacyjną. Marża zysku brutto ze sprzedaży wzrosła z 12,6% w roku 2004 do 13,1% na koniec roku 2005. W przypadku kosztów działalności restauracji, w związku z efektem skali, wolniej niż sprzedaż rosły koszty zużycia artykułów żywnościowych oraz koszty marketingu (wzrost odpowiednio o 5,1% oraz o 6,5% w porównaniu z rokiem 2004). Szybciej niż sprzedaż rosły natomiast koszty wynagrodzeń (wzrost o 11,0% w porównaniu z rokiem 2004), co jest efektem zmiany wysokości wynagrodzeń na rynku pracy.

Wzrósł wynik finansowy. Narastający zysk EBITDA* za rok 2005 wyniósł 62 204 tys. zł i był o 14,9% wyższy niż za rok 2004. Marża EBITDA* wzrosła z 11,7% za rok 2004 do 12,4% za rok 2005. Zysk EBIT* na koniec 2005 roku wyniósł 24 728 tys. zł w porównaniu do 20 618 tys. zł za rok 2004 (wzrost o 19,9%). Na taki wynik oprócz wzrostu sprzedaży wpływ miał spadek kosztów ogólnego zarządu (z 40 315 tys. zł w roku 2004 do 37 883 tys. zł w roku 2005). Jednocześnie Spółka zanotowała wyższe koszty związane z aktualizacją wartości aktywów (3 167 tys. zł w porównaniu z 2 411 tys. zł na koniec roku 2004) oraz stratę ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych na koniec roku 2005 (2 711 tys. zł w porównaniu z zyskiem w wysokości 319 tys. zł na koniec roku 2004).

Na koniec roku 2005 utrzymany został trend wzrostu rentowności AmRestu, zarówno na poziomie operacyjnym jak i zysku netto. Zysk z działalności operacyjnej* za rok 2005 wzrósł do 24 728 tys. zł i był o 19,9% wyższy niż w całym roku 2004. Marża zysku operacyjnego* wzrosła z 4,5% do 4,9% w porównaniu z rokiem 2004. Narastający zysk netto* na koniec 2005 roku – w porównaniu z całym rokiem 2004 – wzrósł o 96,7% (z 12 270 tys. zł do 24 133 tys. zł). Na koniec grudnia 2005 roku rentowność netto* – w porównaniu z całym rokiem 2004 – wzrosła z 2,6% do 4,8%. Na wynik netto wpływ miała zmiana wysokości aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego – w 2005 roku wzrosło ono netto (po uwzględnieniu części pasywnej) o 6 324 tys. zł (na kwotę tę składa się przede wszystkim rezultat z rozpoznania niezrealizowanej straty za lata poprzednie oraz różnic przejściowych). Podatek zapłacony w 2005 roku wyniósł 4 513 tys. zł.

W porównaniu z latami ubiegłymi w 2005 roku znaczącą poprawiła się płynność finansowa Grupy AmRest. Odzwierciedleniem tego jest polepszenie się większości wskaźników płynności. Na koniec roku 2005 wskaźniki płynności szybkiej i bieżącej ukształtowały się na poziomie odpowiednio 0,76 oraz 0,85. Wzrost stanu środków pieniężnych wpłynął bezpośrednio na wskaźnik płynności natychmiastowej, który wzrósł do poziomu 0,43 (w porównaniu z 0,07 na koniec roku 2004).

Znaczącej zmianie uległa również struktura oprocentowanego zadłużenia zewnętrznego. W zestawieniu z rokiem ubiegłym, nastąpił wyraźny spadek wartości krótkoterminowych kredytów bankowych. Ich wartość wyniosła 18 321 tys. zł na dzień 31 grudnia 2005 roku (w porównaniu do 119 094 tys. zł na koniec roku 2004). Zadłużenie podlegające spłacie w okresie do 1 roku, zastąpione zostało w ogromnej większości kredytami długoterminowymi. Zrestrukturyzowanie struktury finansowania w roku 2005 miało znaczący wpływ na ograniczenie ryzyka płynności Grupy. Szczegółowe informacje dotyczące kredytów bankowych znajdują się w nocie 19 sprawozdania finansowego.

Pomimo rosnącej wartości sprzedaży i coraz wyższej liczby nowo otwieranych restauracji, optymalizowanie zarządzania łańcuchem dostaw pozwoliło utrzymać poziom zapasów na poziomie zbliżonym do tego z końca roku 2004. Dzięki temu, dalszej poprawie uległa rotacja zapasów, która obniżyła się z ponad 6 w 2002 roku do 4,3 dnia w roku 2005. Utrzymanie na stabilnym poziomie rotacji należności (7,9 dnia) oraz rotacji zobowiązań (38,6 dnia) pozwala Grupie w dużym stopniu finansować bieżącą działalność operacyjną kredytem kupieckim.

---

* z wyłączeniem kosztów IPO

Obserwowane w zestawieniu z poprzednimi latami obniżenie rotacji zobowiązań jest pochodną polepszenia płynności finansowej Grupy. Miało to jednorazowy wpływ na skrócenie okresu spłaty zobowiązań (poprzez wyeliminowanie przeterminowań).

Opisane wyniki wskazują na znaczącą poprawę płynności Grupy AmRest. Odnosząc się do specyficznych uwarunkowań branży restauracyjnej, można stwierdzić, że wskaźniki płynności kształtują się na poziomach zapewniających niezakłóconą działalność operacyjną. Generowane na bieżąco nadwyżki środków pieniężnych pozwalają na płynną obsługę istniejącego zadłużenia oraz finansowanie w sposób zrównoważony planowanych wydatków inwestycyjnych.

Wpływy osiągnięte z emisji akcji były głównym motorem wzrostu wartości kapitałów własnych Grupy AmRest. Ich wartość wzrosła z 17 576 tys. zł na koniec 2004 roku do 123 579 tys. zł na koniec 2005 roku. Wskaźnik zadłużenia do kapitałów własnych zmalał z 11,2 w 2004 roku do około 1,3 w roku 2005. Wskaźnik ogólnego zadłużenia spadł z 0,92 do poziomu 0,57 w analogicznych okresach. Poprawienie struktury bilansu, dzięki podniesieniu kapitałów własnych i restrukturyzacji zadłużenia, jest czynnikiem, który umożliwi dalszy dynamiczny wzrost Grupy.

5.2. Kredyty i pożyczki w Grupie Kapitałowej.

Szczegółowe informacje dotyczące kredytów i pożyczek znajdują się w nocie 19 sprawozdania finansowego.

W dniu 28 kwietnia 2005 roku AmRest Holdings N.V. (pożyczkodawca) zawarła z American Restaurants s.r.o (pożyczkobiorca) umowę pożyczki gotówkowej na kwotę 141 944 000 CZK. Pożyczka została udzielona na okres 5 lat i oprocentowana rocznie wg stopy PRIBOR + 180 punktów bazowych.

Ponadto, w dniu 22 sierpnia 2005 roku AmRest Holdings N.V. (pożyczkodawca) zawarła z American Restaurants s.r.o (pożyczkobiorca) umowę pożyczki gotówkowej na kwotę 25 362 300 CZK. Pożyczka została udzielona na okres 5 lat i oprocentowana rocznie wg stopy PRIBOR + 180 punktów bazowych.

Zestawienie wszystkich pożyczek udzielonych w roku 2005 podmiotom powiązanym przedstawia się następująco:

a. AmRest Holdings N.V.

Pożyczkobiorca	Waluta pożyczek	w tys. zł	
		Wartość udzielonych pożyczek wg umów*	Wartość pożyczek na dzień 31/12/2005**
American Restaurants s.r.o.	CZK	22 235	22 747

** przeliczone wg kursu NBP z dnia 31/12/2005*

*** razem z odsetkami naliczonymi do dnia 31/12/2005*

b. American Restaurants sp. z o.o.

Pożyczkobiorca	Waluta pożyczek	w tys. zł	
		Wartość udzielonych pożyczek wg umów*	Wartość pożyczek na dzień 31/12/2005**
American Restaurants s.r.o.	CZK	261	266
Galeria Arka sp. z o.o.	PLN	1 798	1 848
Grifex I sp. z o.o.	PLN	918	918

** przeliczone wg kursu NBP z dnia 31/12/2005*

*** razem z odsetkami naliczonymi do dnia 31/12/2005*

W kwietniu 2005 roku AmRest Holdings N.V. jako dłużnik, American Restaurants Sp. z o.o. i American Restaurants s.r.o. jako kredytobiorcy oraz ABN AMRO Bank N.V. jako kredytodawca zawarli umowę kredytową. Na podstawie tej umowy ABN AMRO Bank N.V. zobowiązał się udzielić kredytobiorcom kredytu na łączną kwotę nie większą niż 110 000 000,-zł. Kredyt udzielony został w dwóch transzach, transzy kredytu terminowego do kwoty 100 000 000,-zł (termin spłaty pięć lat od dnia zawarcia umowy kredytowej) oraz transzy kredytu rewolwingowego do kwoty 30 000 000,-zł (termin spłaty kredytu trzy lata od dnia zawarcia umowy kredytowej). Kredyt został udostępniony w złotych polskich i koronach czeskich. Kredyt oprocentowany jest według zmiennej stopy procentowej. Powyższa umowa kredytowa przewiduje odpowiedzialność solidarną stron umowy, tj. AmRest Holdings N.V., American Restaurants Sp. z o.o. oraz American Restaurants s.r.o.. Kredyt został przeznaczony na spłatę istniejącego zadłużenia oraz rozwój sieci restauracji w Europie Środkowo-Wschodniej.

W celu zabezpieczenia wierzytelności ABN Amro Bank American Restaurants Sp. z o.o. ustanowiła na rzecz ABN Amro hipoteki kaucyjne w wysokości 143 000 000,-zł i 1 031 746 032,-CZK. Dodatkowo, na składnikach majątku American Restaurants Sp. z o.o. oraz American Restaurants s.r.o., ustanowione zostały zastawy rejestrowe (wpis do Rejestru Zastawów dokonany został w dniu 1 lipca 2005 roku przez Sąd Rejonowy we Wrocławiu). Ponadto, na rzecz ABN Amro Bank dokonany został przelew wierzytelności wynikających z umów ubezpieczenia American Restaurants Sp. z o.o.

Restrukturyzacja finansowania pozwoliła w sposób znaczący obniżyć koszty finansowe. Ustanowienie powyższych zabezpieczeń na rzecz ABN Amro Bank, pozwoliło wyeliminować koszty gwarancji kredytowych występujących we wcześniejszych okresach. Gwarancje te w przeszłości były wystawiane przez firmę Yum!.

Na dzień 31 grudnia 2005 roku Grupa AmRest posiadała następujące dostępne do wykorzystania linie kredytowe:

a) ABN Amro Bank - 8 342 tys. zł (kredyt odnawialny PLN/CZK)
b) ABN Amro Bank - 3 280 tys. zł (kredyt w rachunku bieżącym CZK)
c) ABN Amro Bank - 5 000 tys. zł (kredyt w rachunku bieżącym PLN)
d) Bank BPH - 74 tys. zł (kredyt w rachunku bieżącym PLN)

5.3. Opis głównych inwestycji krajowych i zagranicznych.

Poniższa tabela przedstawia zakupy majątku trwałego w roku 2005 oraz porównywalne dane za rok 2004.

Tabela: Zakupy majątku trwałego w AmRest Holdings N.V. (lata 2004-2005)

Wartości w tys. zł		31/12/2005	31/12/2004
Aktywa niematerialne, w tym :			
	Licencje	-	-
	Korzystne umowy najmu	8 389	-
	Wartość firmy	4 819	-
	Inne aktywa niematerialne	5 122	1 842
Środki trwałe, w tym :			
	Ziemia	-	1 004
	Budynki	26 557	10 647
	Sprzęt	15 936	14 211
	Transport	22	62
	Inne (uwzgledniają środki trwałe w budowie)	(129)	7 320
Razem		**60 716**	**35 086**

Ponoszone przez AmRest wydatki inwestycyjne dotyczą przede wszystkim przystosowania wynajmowanych lokali na cele restauracyjne oraz na odbudowę i odtworzenie wartości środków trwałych w istniejących restauracjach. W 2005 roku wpływ na wydatki inwestycyjne miał również zakup restauracji Big Food w Czechach oraz restauracji należących do Spolpep Sp. z o.o. w Polsce.

Wydatki inwestycyjne Spółki zależą przede wszystkim od liczby oraz typu otwieranych restauracji.

Tabela: Liczba restauracji AmRest Holdings N.V. (lata 2003-2005)

Stan na	2005	2004	2003
Liczba restauracji			
Pizza Hut w Polsce	52	55	57
Pizza Hut w Czechach	0	1	1
KFC w Polsce	76	71	67
KFC w Czechach	41	30	23
Ogółem	**169**	**157**	**148**
Otwarte restauracje ogółem	25	13	9
Zamknięte restauracje ogółem	13	4	0
Przyrost netto liczby restauracji w okresie sprawozdawczym	**12**	**9**	**9**

W roku 2005 w Polsce przemianowano 2 restauracje prowadzące sprzedaż dla sieci Pizza Hut i KFC na restauracje sprzedające tylko produkty KFC oraz dokonano relokacji 2 restauracji KFC oraz 1 restauracji Pizza Hut. Spośród 9 restauracji KFC otwartych w Polsce 2 zostały pozyskane po przejęciu Spolpep Sp. z o.o. i 1 po przejęciu Delta Creator Sp.z o.o. W roku 2005 otworzono w Polsce łącznie 4 restauracje Pizza Hut, wśród których 2 zostały pozyskane po przejęciu Spolpep Sp. z o.o.

W tym samym okresie w Czechach przemianowano 1 restaurację prowadzącą sprzedaż dla brandu Pizza Hut i KFC na restaurację sprzedającą tylko produkty KFC. Spośród 12 nowych restauracji KFC otwartych w Czechach, 8 lokali to lokale pozyskane po przejęciu spółki miklik's food s.r.o. Spółka ta prowadziła działalność restauracyjną zbliżoną pod względem asortymentu produktów do restauracji KFC. Dzięki temu przystosowanie tych lokali do standardów KFC odbyło się szybko i przy stosunkowo niskich nakładach inwestycyjnych.

Intencją Zarządu jest otwieranie min. 20 restauracji rocznie w następnych latach.

Po dniu bilansowym niniejszego sprawozdania w Polsce Spółka otworzyła 1 restaurację KFC i zamknęła 1 restaurację Pizza Hut. Ponadto w połowie marca została otwarta pierwsza restauracja nowego konceptu AmRest o nazwie Freshpoint. Nowy koncept został stworzony przez AmRest, w związku z czym sprzedaż w tych restauracjach nie jest obciążona opłatami franczyzowymi.

Po dniu bilansowym w Republice Czeskiej nie nastąpiły żadne zmiany w ilości prowadzonych przez AmRest restauracji.

Inwestycje w roku 2005 były finansowane poprzez dodatnie przepływy gotówki z działalności operacyjnej, finansowanie dłużne oraz wpływy z emisji akcji.

W 2005 roku łączne wydatki kapitałowe AmRest wyniosły 69 853 tys. zł., Na kwotę tę składają się:

- środki wydatkowane na przejęcia: Galerii Arka, Spolpep i miklik food – 19 978 tys. zł (17 753 tys. zł netto - uwzględniając przejętą gotówkę);
- nabycie prawa do korzystnych umów najmu wycenione w bilansie na 10 500 tys. zł (dotyczy transakcji zakupu Spolpep);
- zakupy środków trwałych w wysokości 37 421 tys. zł oraz wartości niematerialnych i prawnych w kwocie 1 954 tys. zł.

5.4. Opis struktury głównych lokat i inwestycji kapitałowych

Inwestycje kapitałowe AmRest na dzień 31 grudnia 2005 roku wynoszą 574 tys. zł z czego 316 tys. zł to udziały Worldwide Communication Services LLC (WCS), a 258 tys. zł to udziały SCM Sp. z o.o.

5.5. Ważniejsze zdarzenia mające znaczący wpływ na działalność oraz wyniki finansowe Spółki

a) W dniu 23 marca 2005 roku Spółka American Restaurants Sp. z o.o. zawarła umowę nabycia 100% udziałów spółki Galeria Arka Sp. z o.o. Zakup miał na celu pozyskanie lokalizacji do prowadzenia restauracji w lokalu użytkowym w Warszawie.

b) W marcu 2005 roku, Spółka przedłużyła główny kontrakt z Pepsi – Cola Interantional na dostawę napojów zimnych na znacznie lepszych warunkach (wkład w koszty marketingowe o wartości 15 mln zł przez cały okres kontraktu, a także rabaty i inne korzyści pieniężne na kwotę 19 mln zł). Spółka wynegocjowała ponadto dodatkowe korzyści w 2005 roku o wartości około 2,25 mln zł.

c) W dniu 21 lutego 2005 roku Komisja Papierów Wartościowych i Giełd zezwoliła na obrót akcjami Spółki na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. W dniu 24 marca 2005 roku AmRest opublikował prospekt emisyjny, a w dniu 22 kwietnia 2005 roku akcje Spółki zostały dopuszczone do obrotu giełdowego na rynku podstawowym. Pierwsze notowanie spółki na GPW odbyło się w dniu 27 kwietnia 2005 roku.

W wyniku przeprowadzonej subskrypcji objęto akcje o wartości 188 640 tys. zł. Łączne koszty poniesione przez Spółkę, zaliczone do kosztów oferty publicznej wyniosły 8 571 tys. zł, z czego 2 437 tys. zł obciążyło łącznie rachunek wyników Spółki (500 tys. zł w roku 2004 oraz 1 937 tys. zł w roku 2005). Wpływy netto Spółki w wyniku emisji akcji wyniosły około 77 866 tys. zł. Środki z emisji akcji zostały wykorzystane m.in. na spłatę kredytu udzielonego American Restaurants Sp. z o.o. przez CitiBank w kwocie 38 200 tys. zł (nastąpiło to w drodze podwyższenia kapitału zakładowego spółki American Restaurants Sp. z o.o. o 55 000 tys. zł). Dodatkowo, 22 235 tys. zł zostało przekazane w formie pożyczki do spółki zależnej American Restaurants s.r.o.

Wpływy z giełdy pozwoliły m.in. na restrukturyzację finansowania Spółki:

- wynegocjowane lepsze warunki finansowania zewnętrznego, będą miały pozytywny wpływ na koszty finansowe w następnych okresach sprawozdawczych;
- zwiększony udział finansowania długoterminowego redukuje znacząco ryzyko płynności Spółki;
- dzięki ogólnej poprawie płynności (łączne zobowiązania Spółki zmalały z 196 790 tys. zł na koniec roku 2004 do 162 569 tys. zł na koniec roku 2005) AmRest uzyskał dodatkowe możliwości finansowania inwestycji rozwojowych.

d) W kwietniu 2005 roku AmRest Holdings N.V. jako dłużnik, American Restaurants Sp. z o.o. i American Restaurants s.r.o. jako kredytobiorcy oraz ABN AMRO Bank N.V. jako kredytodawca zawarli umowę kredytową. Na podstawie tej umowy ABN AMRO Bank N.V. zobowiązał się udzielić kredytobiorcom kredytu na łączną kwotę nie większą niż 110 000 000 zł. Kredyt został wykorzystany na refinansowanie zadłużenia AmRest Holdings N.V., wynikiem czego zostało zmniejszone zadłużenie oraz obniżone koszty finansowania dłużnego spółek holdingu. Szczegółowe informacje dotyczące umowy zostały opisane w punkcie 5.2.

e) W dniu 31 maja 2005 roku spółka zależna Pizza Hut Czech, s.r.o. (Nabywca) zawarła umowę z Vaclav Miklik (Zbywca), której przedmiotem było przeniesienie 100% udzia-

łów w spółce z ograniczoną odpowiedzialnością miklik's food s.r.o. Zakup miał na celu pozyskanie lokalizacji do prowadzenia restauracji pod marką KFC. Osiem z dziewięciu przejętych restauracji rozpoczęły działalność pod marką KFC w czerwcu 2005 roku. Szczegółowe informacje dotyczące umowy zostały opisane w Załączniku nr 2.

f) W dniu 5 lipca 2005 roku American Restaurants Sp. z o.o. zakupiła Spolpep Sp. z o.o. właściciela 4 największych restauracji Pizza Hut i KFC w Polsce mieszczących się w Warszawie. W 2004 roku Spolpep Sp. z o.o. osiągnęła obroty 26,7 mln zł i zysk netto 1,7 mln zł. Szczegółowe informacje dotyczące umowy zostały opisane w Załączniku nr 2.

g) W dniu 31 grudnia 2005 roku, zgodnie z wcześniejszymi ustaleniami, wygasła Umowa Rozwoju zawarta w dniu 25 września 2003 roku z franczyzodawcą, KFC International Holdings („KFCIH") oraz Pizza Hut International, LLC („PHILLC"), będącymi spółkami zależnymi Yum!. Umowa przyznawała Spółce prawo oraz nakładała na nią obowiązek budowy i rozwoju nowych punktów KFC oraz Pizza Hut w Polsce oraz w Republice Czeskiej. Pod warunkiem wywiązywania się przez Spółkę z obowiązków wynikających z zapisów powyższej umowy, miała ona prawo pierwszeństwa do uruchomienia lub uzyskania prawa franczyzy dla nowych restauracji KFC lub Pizza Hut w Polsce oraz Republice Czeskiej proponowanych przez franczyzodawcę.

Strony ustaliły, że zgodnie z obecną polityką Yum!, która nie przewiduje podobnych umów w odniesieniu do rynków ustabilizowanych, w tym również w odniesieniu do Polski i Czech, nie ma potrzeby podpisywania nowej umowy. Jednocześnie YUM! zobowiązał się do poinformowania Spółki o zawarciu umowy z innym franczyzobiorcą co najmniej na 6 miesięcy przed otwarciem jego pierwszej restauracji KFC lub Pizza Hut w Polsce lub Republice Czeskiej. We wskazanym okresie Spółka ma prawo wypowiedzenia się w przedmiotowym temacie. Yum! zasygnalizował, iż obecnie nie ma zamiaru zawierać umów z innymi potencjalnymi franczyzobiorcami w Polsce lub Republice Czeskiej ani też otwierać nowych restauracji samodzielnie.

W grudniu 2005 roku Spółka podpisała Umowę Rozwoju z PHILLC, spółką zależną Yum!, dotyczącą rozwoju i budowy restauracji Pizza Hut na Ukrainie. Umowa została zwarta na okres 3 lat.

h) W grudniu 2005 utworzono spółki Amrest Ukraina t.o.w. przez spółkę zależną American Restaurants Sp. z o.o. W grudniu 2005 została utworzona spółka Amrest Ukraina t.o.w. 100% udziałów objęła spółka zależna American Restaurants Sp. z o.o. Siedziba nowoutworzonej spółki znajduje się w Kijowie. Celem spółki jest nadzorowanie inwestycji i prowadzenie działalności restauracyjnej na Ukrainie.

i) Przed Sądem Okręgowym w Warszawie, XVI Wydziałem Gospodarczym toczą się 3 sprawy sądowe przeciwko IFFP z powództwa DOMONT Stefan Pastryk Anna Pastryk spółka jawna, których przedmiotem sporu jest zapłata, z wystawionych przez IFFP na DOMONT Stefan Pastryk Anna Pastryk spółka jawna, weksli na łączną kwotę 3 867 000,-zł.

Powództwa spółki DOMONT powiązane są z rozliczeniami robót budowlanych świadczonych przez DOMONT na rzecz IFFP w okresie przed listopadem 2000 roku, tj. przed zakupem przez American Restaurants Sp. z o.o. udziałów w spółce IFFP. Zgodnie ze stanowiskiem zarządu IFFP powództwa te są bezpodstawne, nie mają pokrycia w stanie roz-

liczeń IFFP – DOMONT a z ujawnionych dokumentów wynika, iż nie upoważniają one do dochodzenia zapłaty kwoty będącej przedmiotem roszczenia. Do chwili obecnej Sąd nie rozpoczął merytorycznego rozpoznawania spraw.

Podkreślenia wymaga fakt, iż spółka IFFP nie prowadzi działalności operacyjnej i nie ma charakteru podmiotu istotnego dla działalności Emitenta oraz jego Grupy Kapitałowej.

5.6. Pozostałe czynniki oraz nietypowe zdarzenia mające istotny wpływ na wyniki Grupy Kapitałowej.

a) W czerwcu 2005 roku, po spotkaniu z Radą Nadzorczą, Zarząd AmRest Holdings N.V. podjął istotne dla Spółki decyzje związane z realizacją strategii „dine in" dla marki Pizza Hut. Celem strategii jest zmiana pozycjonowania i wzmocnienie brandu Pizza Hut w Polsce. Strategia ta polega na koncentracji działalności w obszarze *casual dining* i stopniowe odchodzenie od nisko rentownego segmentu dostaw do domu. Jednym z jej elementów były renowacje i remonty 15 restauracji. Dodatkowo przewiduje się otwarcie kolejnych restauracji w najbardziej atrakcyjnych lokalizacjach (m.in. w centrach handlowych). AmRest w drugiej połowie 2005 roku przeprowadził likwidację lub przeniesienie kilku mniej rentownych lokali, które nastawione były głównie na sprzedaż z dostawą do domu. Sprzedaż ta jest obsługiwana przez pozostałe i nowo otwarte restauracje, co oznacza, że klienci Pizza Hut w dalszym ciągu będą mogli składać telefoniczne zamówienia na pizzę.

b) W 2005 roku Spółka zwiększyła aktywa podatkowe związane z odroczonym podatkiem dochodowym i różnicami przejściowymi. Na dzień 31 grudnia 2005 roku Spółka miała utworzone aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego w wysokości 11 530 tys. zł. AmRest przewiduje, że znaczna część tego aktywa zostanie wykorzystana w roku 2006 i może mieć istotny wpływ na wynik tego roku, oraz lat następnych. Spodziewane obciążenie nie będzie miało wpływu na przepływy pieniężne.

c) Na wyniki działalności AmRest prowadzonej w Czechach po przeliczeniu na złote wpływają wahania kursów walutowych stosowanych do dokonywania przeliczeń pomiędzy dwoma walutami. Ogólna deprecjacja korony czeskiej względem złotego w latach 2004–2005 wpłynęła na zmniejszenie udziału działalności prowadzonej na terenie Czech w wynikach skonsolidowanych.

d) Na koniec roku 2005 kurs CZK/PLN obniżył się o 0,9% w porównaniu do końca roku 2004, natomiast średni kurs w roku 2005 obniżył się o 4,9% w porównaniu do średniego kursu w roku 2004. Jeżeli w przyszłości korona czeska będzie nadal traciła na wartości do polskiego złotego, wówczas będzie to niekorzystnie wpływało na wkład działalności w Czechach na wyniki skonsolidowane Grupy.

5.7. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych.

Głównym celem AmRest będzie koncentracja na rozwoju sieci restauracji KFC i Pizza Hut na dotychczasowych i nowych rynkach oraz, tam gdzie to możliwe, wprowadzenie

dodatkowych koncepcji produktowych lub restauracyjnych, które będą mogły być rozwijane w sposób zapewniający rentowność.

Zarząd AmRest uważa, że w celu wprowadzenia w życie strategii modernizacji wybranych restauracji Pizza Hut i KFC oraz utrzymania działalności spółki AmRest, w roku 2006 bieżące nakłady inwestycyjne powinny wynosić min. 1,5% przychodów ze sprzedaży restauracji.

Rozwój istniejącej sieci restauracji AmRest będzie dokonywany poprzez otwieranie łącznie około 15 nowych restauracji Pizza Hut i KFC rocznie w kolejnych latach. Koszt otwarcia nowej restauracji Pizza Hut lub KFC waha się pomiędzy 1,6-2,8 mln zł w zależności od lokalizacji oraz typu restauracji.

Wprowadzenie nowej marki pod nazwą Rodeo Drive (RD) będzie miało miejsce w pierwszej kolejności w Polsce, a następnie również w Republice Czeskiej. Spółka zakłada otwieranie 3-5 nowych restauracji w 2006 roku oraz kolejnych w następnych latach. Średni przewidywany koszt otwarcia nowej restauracji RD ma wynieść od 2,8 do 3,2 mln zł.

W marcu 2006 AmRest rozpoczął działalność koncepcji baru szybkiej obsługi pod nazwa Freshpoint. Spółka zamierza otworzyć 5-10 takich punktów w 2006 roku i kontynuować dalszą ekspansję w kolejnych latach. Średni przewidywany koszt otwarcia Freshpoint to około 500 tys. zł.

W ramach swojej regionalnej ekspansji AmRest planuje również rozwój sieci restauracji na Ukrainie. Wejście na ten rynek planowane jest w połowie 2006 roku. Spółka liczy na otwarcie dwóch restauracji Pizza Hut w 2006 roku przy średnim koszcie otwarcia szacowanym na 3 mln zł.

Należy dodać, że plan nowych otwarć będzie na bieżąco dostosowywany do warunków rynkowych oraz możliwości pozyskiwania nowych atrakcyjnych lokalizacji w poszczególnych krajach.

Zarząd przewiduje, że rozwój (inwestycje) będzie finansowany poprzez zarówno środki własne – nadwyżkę operacyjną, jak również potencjalnie pozyskanym w przyszłości finansowaniem dłużnym.

6. AMREST HOLDINGS N.V. W ROKU 2006

6.1. Zewnętrzne i wewnętrzne czynniki istotne dla rozwoju Spółki w roku 2006

W ocenie kierownictwa Spółki do czynników mających istotny wpływ na przyszły rozwój Spółki oraz jej przyszłe wyniki należy zaliczyć:

a) czynniki zewnętrzne:

- konkurencyjność – pod względem ceny, jakości obsługi, lokalizacji oraz jakości jedzenia;
- zmiany demograficzne, tendencję w zakresie liczby osób korzystających z restauracji oraz typu, a także liczbę i lokalizację restauracji konkurencji;
- zmiany w prawie oraz regulacjach mające bezpośredni wpływ na funkcjonowanie restauracji oraz zatrudnionych tam pracowników;
- zmiana kosztów wynajmu nieruchomości oraz kosztów pokrewnych;
- zmiana cen składników spożywczych wykorzystywanych przy sporządzaniu potraw oraz zmiana cen materiałów opakowaniowych;
- zmiany w ogólnej kondycji ekonomicznej Polski i Czech oraz zaufania konsumentów, wysokości dochodu rozporządzalnego oraz indywidualnych sposobów wydawania pieniędzy.

b) czynniki wewnętrzne:

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

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

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 restauracji, możliwości uzyskania w terminie wymaganych przez właściwe organy pozwoleń, możliwość opóźnień w otwieraniu nowych restauracji.

b) Uzależnienie od franczyzodawcy

AmRest zarządza restauracjami KFC i Pizza Hut 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 wszystkich Umów Franczyzowych (z których pierwszy rozpoczął się w 2000 roku) wynosi 10 lat. Spółce AmRest przysługuje opcja przedłużenia tego okresu o kolejne 10 lat, pod warunkiem spełniania przez nią warunków zawartych w Umowie Franczyzowej oraz innych wymogów, w tym wniesienia odnośnej opłaty z tytułu przedłużenia. Niezależnie od spełnienia powyższych warunków nie ma gwarancji, że po upływie pierwszych dwóch okresów dana Umowa Franczyzowa zostanie przedłużona na kolejny okres;

c) Brak wyłączności

Umowy Franczyzowe 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 dniu 31 grudnia 2005 roku, zgodnie z wcześniejszymi ustaleniami, wygasła Umowa Rozwoju zawarta w dniu 25 września 2003 roku z franczyzodawcą, KFC International Holdings („KFCIH") oraz Pizza Hut International, LLC („PHILLC"), będącymi spółkami zależnymi YUM!. Umowa przyznawała Spółce prawo oraz nakładała na nią obowiązek budowy i rozwoju nowych punktów KFC oraz Pizza Hut w Polsce oraz w Republice Czeskiej. Pod warunkiem wywiązywania się przez Spółkę z obowiązków wynikających z zapisów powyższej umowy, miała ona prawo pierwszeństwa do uruchomienia lub uzyskania prawa franczyzy dla nowych restauracji KFC lub Pizza Hut w Polsce oraz Republice Czeskiej proponowanych przez franczyzodawcę.

Strony ustaliły, że zgodnie z obecną polityką YUM!, która nie przewiduje podobnych umów w odniesieniu do rynków ustabilizowanych, w tym również w odniesieniu do Polski i Czech, nie ma potrzeby podpisywania nowej umowy. Jednocześnie YUM! zobowiązał się do poinformowania Spółki o zawarciu umowy z innym franczyzobiorcą co najmniej na 6 miesięcy przed otwarciem jego pierwszej restauracji KFC lub Pizza Hut w Polsce lub Republice Czeskiej. We wskazanym okresie Spółka ma prawo wypowiedzenia się w przedmiotowym temacie. YUM! zasygnalizował, iż obecnie nie ma zamiaru zawierać umów z innymi potencjalnymi franczyzobiorcami w Polsce lub Republice Czeskiej ani też otwierać nowych restauracji samodzielnie.

W grudniu 2005 roku Spółka podpisała Umowę Rozwoju z PHILLC, spółką zależną YUM!, dotyczącą rozwoju i budowy restauracji Pizza Hut na Ukrainie. Umowa została zwarta na okres 3 lat.

d) Umowy najmu i ich przedłużenie

Prawie wszystkie restauracje AmRest działają w wynajmowanych obiektach. Większość umów najmu są 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 wymówione, 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 jej 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;

e) Ryzyko związane ze statusem AmRest jako podmiotu zagranicznego

Emitent jest spółką akcyjną utworzoną na podstawie prawa holenderskiego, tak więc stosunki wewnętrzne podlegają także prawu holenderskiemu. Polscy inwestorzy powinni mieć świadomość, że prawa akcjonariuszy wynikające z Akcji podlegają prawu holenderskiemu oraz że istnieją liczne różnice pomiędzy przepisami prawa holenderskiego dotyczącego spółek oraz przepisami polskiego Kodeksu spółek handlowych. Brak znajomości przepisów holenderskich może utrudnić polskim inwestorom wykonywanie praw z Akcji. Ponadto, wziąwszy pod uwagę siedzibę Spółki, inwestorzy zamierzający wysunąć roszczenia przeciwko AmRest mogą napotkać problemy związane z doręczaniem pism procesowych oraz prowadzeniem sporu;

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 i Pizza Hut, 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 i Pizza Hut, 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 ograniczeniami nałożonymi przez kredytodawców

4 kwietnia 2005 roku AmRest Holdings N.V., American Restaurants Sp .z o.o. oraz American Restaurants s.r.o. (Podmioty Zobowiązane) zawarły umowę kredytu przewidującą między innymi możliwość zaciągnięcia kredytu w wysokości do 110 mln zł na refinansowanie części zadłużenia.

Zgodnie z Umową kredytu, każdy z Podmiotów Zobowiązanych podjął się przestrzegać pewnych ograniczeń w zakresie możliwości zaciągania pożyczek i kredytów, ponoszenia nakładów inwestycyjnych, udzielania zabezpieczeń oraz zbywania majątku, a także zobowiązał się utrzymywać określone wartości wskaźników finansowych. Istnieje możliwość, że przyjęcie tych zobowiązań istotnie ograniczy możliwości prowadzenia działal-

ności przez AmRest w przyszłości, a ewentualne niespełnienie ich wymogów może skutkować koniecznością wcześniejszej spłaty transz zaciągniętych w ramach kredytu, co z kolei może mieć negatywny wpływ na kondycję finansową i wyniki działalności AmRest.

h) Ryzyko związane z wprowadzaniem nowych marek

Zgodnie z planem rozwoju AmRest zamierza w 2006 roku wprowadzić na rynek dwa nowe koncepty Rodeo Drive oraz Freshpoint (w połowie marca bieżącego roku została otworzona pierwsza restauracja Freshpoint). Ponieważ są to dla Spółki całkiem nowe koncepty istnieje ryzyko związane z popytem na oferowane produkty, z ich przyjęciem przez konsumentów oraz ryzyko związane z tzw. dobrym startem i zaistnieniem w świadomości klientów.

i) Ryzyko związane z otwarciem restauracji Pizza Hut na Ukrainie

Będzie to pierwsza restauracja otwarta na nowym obszarze geograficznym i politycznym. Wiąże się z to ryzykiem odmiennych preferencji konsumenckich, ryzykiem z braku dobrej znajomości rynku jak również ryzykiem walutowym, ryzykiem ograniczeń prawnych wynikających z uregulowań państwowych, ryzykiem związanym z sytuacją geopolityczną.

6.3. Kierunki i strategia rozwoju Spółki

Strategia AmRest zakłada budowanie i operowanie markowych konceptów restauracyjnej dużej skali o przewidywanej stopie wzrostu powyżej 20% (IRR). Celem spółki jest osiągnięcie pozycji czołowego operatora restauracji w Europie Środkowo-Wschodniej.

AmRest zamierza rozwijać działalność w podstawowych segmentach rynku restauracyjnego w Polsce, Czechach i na Ukrainie oraz (w przypadku KFC i Pizza Hut - pod warunkiem uzyskania zgody franczyzodawcy) kontynuować ekspansję w innych krajach. Spółka przewiduje, iż główny obszarem inwestycyjnym pozostaną rynki Europy Środkowo-Wschodniej.

W ciągu następnych dwóch lat głównym celem AmRest będzie koncentracja na rozwoju sieci restauracji KFC i Pizza Hut na dotychczasowych i nowych rynkach.

Nowe sieci restauracyjne AmRest, takie jak Rodeo Drive i Freshpoint będą w pierwszym okresie budowane w Polsce i w Czechach, a wraz ze wzrostem pozycji rynkowej tych marek będą rozwijane w następnych krajach.

Spółka jest przekonana, że popyt na usługi restauracyjne będzie podlegał dalszemu, dynamicznemu rozwojowi, w związku z czym na rynku istnieją znaczne możliwości. Za najbardziej interesujące AmRest uważa:

- dalszy rozwój koncepcji KFC jako restauracji szybkiej obsługi w Polsce i Czechach;

- prowadzenie działalności na obszarach geograficznych, gdzie Spółka działa obecnie, w ramach jednej lub większej liczby nowych sieci restauracyjnych lub marek lub/i wystąpienie w charakterze franczyzobiorcy jednej lub większej liczby marek, które już wypracowały pewną pozycję na innych rynkach;

- dalszego rozwoju koncepcji Pizza Hut jako restauracji typu *casual dining* w Polsce ;

- przejmowania, a następnie rozwijania działalności operatorów restauracji KFC i Pizza Hut na innych rynkach Europy Środkowo-Wschodniej (z zastrzeżeniem zgody franczyzodawcy);

Plany AmRest w odniesieniu do KFC obejmują zwiększenie liczby restauracji KFC w Polsce i Czechach, w szczególności poprzez otwieranie restauracji w najlepszych lokalizacjach oraz zwiększanie liczby restauracji typu drive-through. Ponadto AmRest planuje nadać szeregowi swoich istniejących restauracji KFC wizerunek wyróżniający się w tym segmencie rynku.

W odniesieniu do Pizza Hut AmRest stawia na podniesienie poziomu obsługi, odnawiając i modernizując istniejące restauracje znajdujące się w odpowiednich lokalizacjach oraz budując w wybranych lokalizacjach nowe restauracje.

AmRest planuje nadal poprawiać swoją rentowność na poziomie restauracji i zwiększać swoją efektywność operacyjną.

Spółka zamierza konsekwentnie kontynuować działania mające na celu zapewnienie swoim klientom szybkiej, przyjaznej i sprawnej obsługi oraz utrzymanie stałej jakości potraw.

W 2006 roku AmRest zamierza skupić się na pogłębianiu wśród klientów świadomości doskonałej relacji pomiędzy ceną a wartością usługi, jaką zapewniają restauracje AmRest.

7. OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

7.1. Prawdziwość i rzetelność prezentowanych sprawozdań.

Według najlepszej wiedzy Zarządu AmRest Holdings N.V., roczne sprawozdanie finansowe i dane porównywalne zaprezentowane w rocznym 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 roczne sprawozdanie Zarządu zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy AmRest, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

7.2. Wybór podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań.

Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych – KPMG Audyt Sp. z o.o., dokonujący badania rocznego sprawozdania Grupy AmRest, został wybrany zgodnie z przepisami prawa. Podmiot ten oraz biegli rewidenci, dokonujący badania spełniali warunki konieczne do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badaniu, zgodnie z właściwymi przepisami.

Umowa na badanie skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok 2005 została podpisana w dniu 22 lutego 2006 roku z KPMG Audyt Sp. z o.o., z siedzibą w Warszawie przy ul. Chłodnej 51, która jest podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych wpisanym na listę podmiotów uprawnionych pod numerem 458. Umowa dotyczy badania sprawozdania finansowego Spółki za okres 1 stycznia 2005 roku do 31 grudnia 2005 roku. Łączne wynagrodzenie KPMG z tytułu badania sprawozdania finansowego Spółki za rok 2005 wyniosło 182 000,-EUR, natomiast łączna kwota wynagrodzenia wynikającego z innych tytułów w roku 2005 wyniosła 44 975,-EUR. W roku 2004 kwoty te wyniosły odpowiednio: 195 000,-EUR oraz 38 361,-EUR.

Wrocław, 31 marca 2006

Henry McGovern	Wojciech Mroczyński
AmRest Holdings N.V.	AmRest Holdings N.V.
Członek Zarządu	Członek Zarządu