

**KOMENTARZ ZARZĄDU AMICA WRONKI S.A.
Z DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI ZA ROK 2005.
PREZENTOWANEGO WEDŁUG POLSKICH STANDARDÓW RACHUNKOWOŚCI.**

I. Najważniejsze informacje

1. Przychody Spółki Amica Wronki S.A. w 2005 r. wyniosły 1 036,6 mln zł, co stanowi 93,8% przychodów osiągniętych w roku 2004.
2. Wysoką dynamiką charakteryzowały się przychody ze sprzedaży eksportowej, które liczone w EUR wzrosły o 30,9% w relacji do roku 2004, liczone natomiast w PLN wzrosły o 15,9%.
3. Udział sprzedaży eksportowej w sprzedaży ogółem wzrósł w 2005 r. do 53,5% z 43,3% w roku ubiegłym.
4. W roku 2005 Spółka wypracowała zysk netto w wysokości 3,9 mln zł. Na osiągnięcie wyniku gorszego niż w ubiegłym roku wpłynęła głównie niższa sprzedaż na rynku krajowym i umocnienie się złotego co obniżyło rentowność na sprzedaży eksportowej.
5. Suma bilansowa na koniec 2005 r w porównaniu do końca roku 2004 wzrosła o wartość 73,6 mln zł w efekcie poniesionych nakładów inwestycyjnych i wzrostu majątku obrotowego.
6. Kapitały własne Spółki na dzień 31.12.2005 wyniosły 303,6 mln zł i były o 6,3 mln zł wyższe niż na 31.12.2004r.
7. Wskaźniki zadłużenia i płynności na koniec roku 2005 kształtują się na poziomach zbliżonych do końca roku 2004.

II. Komentarz do sytuacji rynkowej

1. Sprzedaż krajowa

a. Rynek AGD w Polsce

W roku 2005 sprzedaż sprzętu AGD w Polsce w porównaniu z rokiem 2004 spadła o 6,0% wartościowo osiągając 2,63 mld PLN* sprzedaży fakturowej netto.

Pamiętać należy, że rok 2004 był rokiem szczególnym, gdzie Polska przystępowała do struktur Unii Europejskiej, a towarzyszące temu zmiany w stawkach VAT i ogólna obawa przed podwyżkami cen skutkowały rekordowymi obrotami w branży. Po tak udanym roku trudno było oczekiwać, poprawy wyników w roku następnym. Dlatego mimo spadku obrotów o 6,0% rok 2005 można zaliczyć do lat udanych. Porównując rok 2005 do lat 2003 i 2002 dynamika sprzedaży jest znacznie bardziej pozytywna: '05/'02: +7,4%; '05/'03: +6,9%

Na wyniki całego roku 2005 duży wpływ miał ostatni okres roku 2005, gdzie branża odczuła wpływ zmian przepisów podatkowych. Od stycznia 2006 przestała obowiązywać bowiem ulga remontowa, pozwalająca odliczyć od należnego podatku 19 procent wydatków poniesionych na remont lub modernizację mieszkania czy domu. Zniesienie ulgi remontowej musiało wpłynąć pozytywnie na sprzedaż produktów podlegających odliczeniu. Rezultatem zmian był wzrost sprzedaży całego sprzętu grzejnego (BI i FS) w ostatnich dwóch miesiącach roku o 31,5% w stosunku do roku 2004.

Znaczny spadek obrotów odnotowały Pralki, których negatywne wyniki sprzedaży były największym zaskoczeniem dla analityków rynku. Sprzedaż pralek spadła w porównaniu z rokiem 2004 o 14,9%. Spadek ten był zaskakujący, ponieważ wskaźnik penetracji gospodarstw domowych dla pralek automatycznych wynosi blisko 80% i głównie dlatego zakładano stały przyrost sprzedaży tej grupy jeszcze przez kilka najbliższych lat. Przy bardzo wysokim udziale tej grupy produktowej w całym AGD (w 2005 29%) wynik ten znacznie wpłynął na rezultat całej branży.

W poszczególnych grupach produktowych dynamika sprzedaży miała następującą postać:

Grupa produkt.	udział w AGD		dynamika sprzedaży '05/04
	2004	2005	
Pralki	32,3%	29,2%	-14,9%
Chłodziwo FS/BI	31,4%	32,0%	-4,4%
Kuchnie FS	14,0%	14,1%	-5,2%
Sprzęt grzejny BI	12,0%	13,2%	3,7%
Zmywarki FS/BI	6,0%	7,0%	8,9%
Okapy	4,3%	4,5%	-0,9%
Total AGD	100,0%	100,0%	-6,0%

Jak można zauważyć w powyższej tabeli są również grupy produktowe, które mimo bardzo wysokiej bazy porównawczej zakończyły rok 2005 pozytywną dynamiką.

Są to: sprzęt grzejny BI i zmywarki (zarówno wolnostojące jak i do zabudowy).

W przypadku sprzętu grzejnego BI (do zabudowy) obserwujemy stałą tendencję zmiany struktury zakupów Polaków, gdzie kosztem kuchni FS(wolnostojących) wzrasta sprzedaż sprzętu grzejnego BI.

W zmywarkach ze względu na początkową fazę cyklu życia grupy produktowej w Polsce będziemy obserwować wzrosty sprzedaży tej grupy jeszcze przez kilka najbliższych lat.

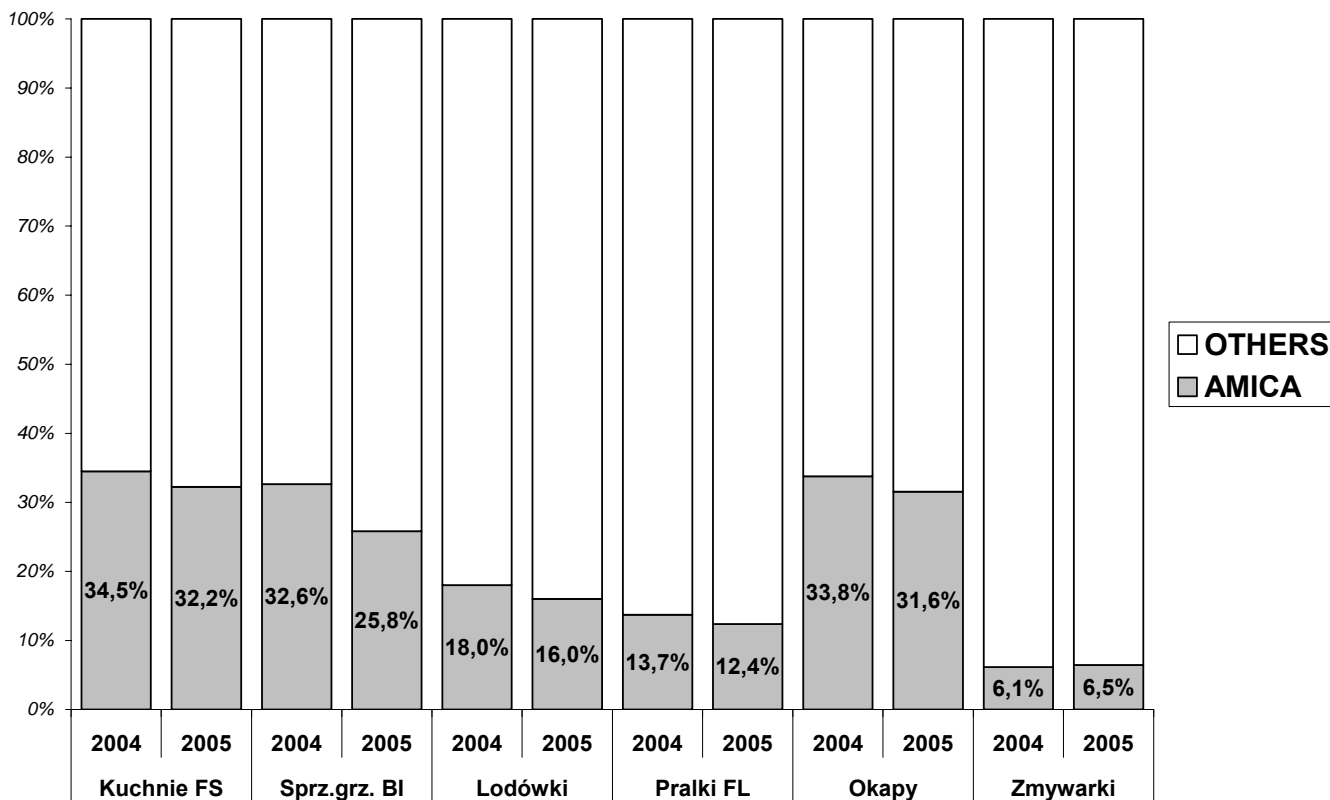
b. Amica na rynku polskim.

W okresie luty – listopad 2005 do luty – listopad 2004 Amica odnotowała spadek wartościowych udziałów rynkowych z 18,7% do 17,0%**.

Spadek ten w głównej mierze spowodowany był zmianą udziałów rynkowych w sprzęcie grzejnym BI (do zabudowy) z 32,6% do 25,8%. Znaczna utrata udziałów rynkowych nastąpiła w sklepach specjalistycznych AGD i hipermarketach, gdzie konkurencja wprowadziła bardzo tanie modele kuchni i piekarników mocno ograniczając przy tym ich wyposażenie. Segment najniższych cen stał się na tyle duży i atrakcyjny, że z początkiem roku 2006 podjęto decyzję o wprowadzeniu do tego segmentu również produktów Amiki. W najbliższym okresie zmiany te powinny przynieść odzyskanie znacznej części udziałów rynkowych.

W pozostałych grupach produktowych Amica odnotowała niewielkie spadki wartościowych udziałów rynkowych w porównaniu z rokiem 2004. Zmiany te nie osłabiły jednak pozycji Amiki jako lidera rynku AGD w Polsce.

Zmiany udziałów wartościowych w okresie luty-listopad 2005 do luty-listopad 2004 w poszczególnych grupach produktowych:



I. Oszacowano na podstawie posiadanych danych rynkowych

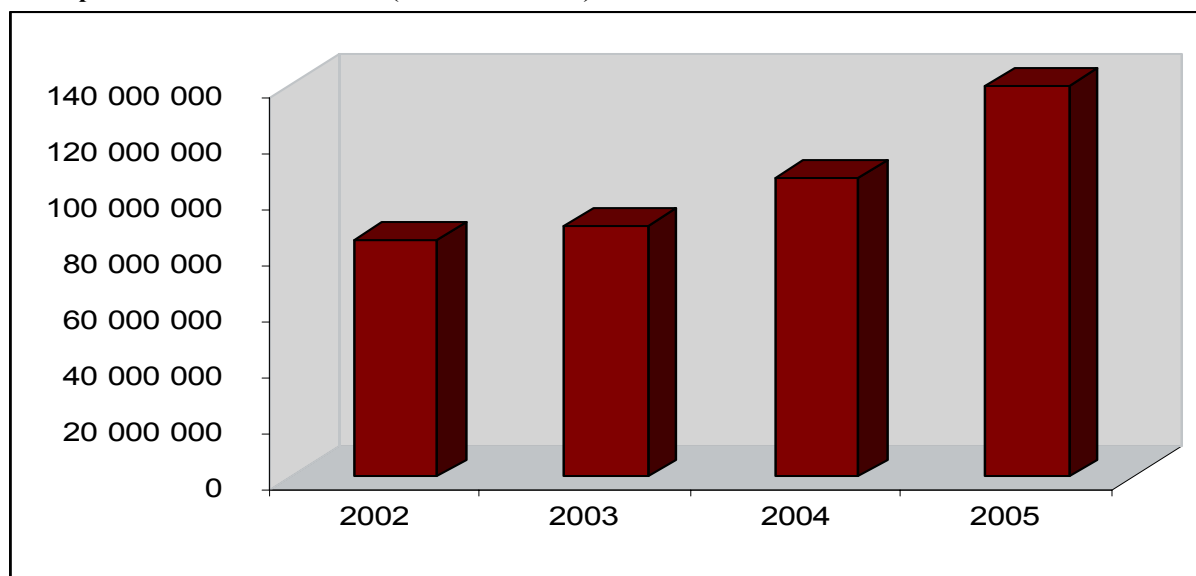
*Dane dotyczące całego rynku AGD nie obejmują kuchni mikrofalowych, zamrażarek skrzyniowych i suszarek.

** Dane nie obejmują kuchenek mikrofalowych i zamrażarek.

2. Sprzedaż eksportowa

W 2005 roku Amica osiągnęła przychody ze sprzedaży eksportowej na poziomie blisko 140 milionów EUR, co oznacza ponad trzydziestoprocentowy wzrost w porównaniu z rokiem ubiegłym.

Eksport w latach 2002 – 2005 (wartości w EUR)



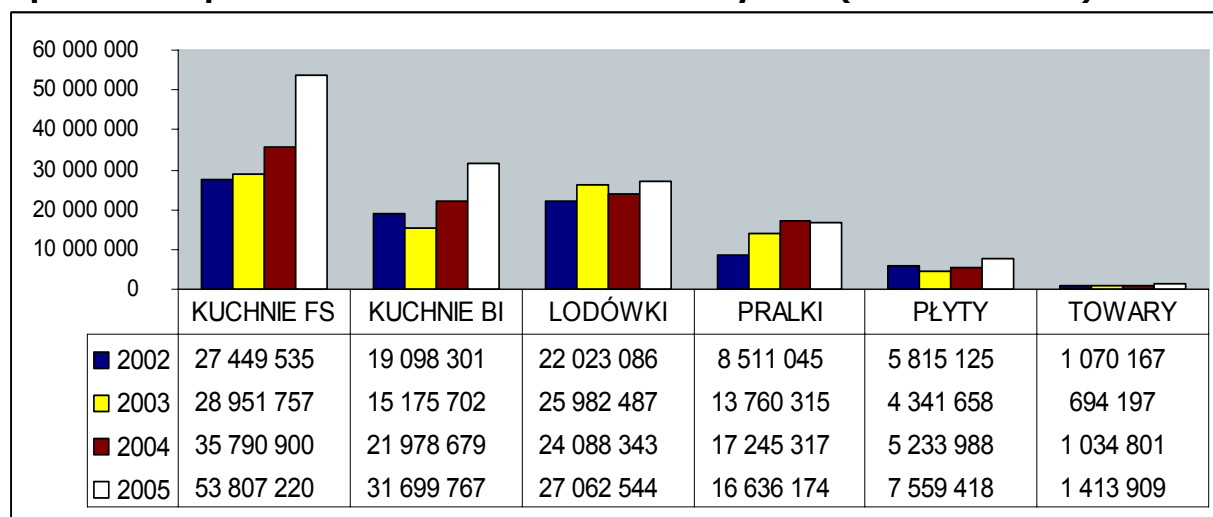
Największy wzrost eksportu w porównaniu z rokiem ubiegłym miał miejsce w najważniejszym dla firmy regionie Europy Wschodniej. Sprzedaż w tym regionie wzrosła w porównaniu z rokiem 2004 o blisko 50%, co odpowiada wartości ponad 20 milionów EUR. Sprzedaż na rynku Europy Wschodniej osiągnęła w 2005 roku poziom 63 milionów EUR, co stanowiło 46% sprzedaży eksportowej. Jedną z głównych przyczyn tak wysokiego wzrostu sprzedaży w Europie Wschodniej jest konsekwentny rozwój sieci dystrybucji. Amica z powodzeniem koncentrowała się na umocnieniu swojej pozycji w największym regionie moskiewskim. Kolejnym krokiem jest rozwój w innych regionach Rosji (Syberia) i byłych Republikach ZSSR (Ukraina, Białoruś, Litwa, Łotwa, Estonia). Oprócz tego wśród czynników sukcesu firmy w Rosji wymienić należy umocnienie własnej marki *Hansa*. Efektem jest wzrost liczby klientów, którzy wybierają wyroby z tą właśnie marką.

W drugim co do wielkości regionie sprzedaży, w Europie Zachodniej (przychody pochodzące z tego regionu stanowią 29% eksportu) obrót wzrósł w 2005 roku o 20%. Szczególny nacisk kładziony jest na wzrost sprzedaży w Niemczech. Wzrost ten był możliwy głównie dzięki umocnieniu sprzedaży pod własną marką i rozwojowi sieci dystrybucji. W 2005 Amica nawiązała kontakty z kilkoma nowymi, perspektywicznymi partnerami.

Trzeci pod względem wielkości eksportu region - Europa Północna (21% udziału w sprzedaży zagranicznej w 2005 roku) charakteryzował się wzrostem o 27%. W tym regionie motorem rozwoju jest należąca do Amica firma *Gram* (wzrost w stosunku do roku 2004 o ponad 40%). Ta duńska spółka podpisała kontrakty z największymi sieciami w Skandynawii i konsekwentnie umacnia swoją wysoką pozycję na tym rynku. Bardzo dobrze rozwija się również współpraca z firmą *Beha* na rynku norweskim.

Amica inwestuje również w sieć sprzedaży w Europie Południowej (głównie w Rumunii i Czechach). Można się spodziewać, że sprzedaż w tych krajach będzie coraz wyższa.

Sprzedaż eksportowa w latach 2002-2005: asortyment (wartości w EUR)



Zmiana obrotów dla poszczególnych grup produktowych, według ich udziału w całkowitym obrocie eksportu wynosiła:

- Kuchnie FS: obrót w 2005 wyniósł 53,8 milionów EUR, wzrost w porównaniu z rokiem 2004 o 50%. Największy wzrost miał miejsce w Europie Wschodniej (głównie Rosja i Estonia) oraz Południowej (m. in. Grecja i Rumunia).
- Kuchnie BI: obrót 31,7 milionów EUR, wzrost w stosunku do roku 2004 o 44%. Wzrost miał miejsce głównie w Rosji, krajach Nadbałtyckich, w Rumunii i Danii. Amica oprócz umocnienia swojej dobrej pozycji w sprzedaży kuchni FS koncentruje się na rozwoju sprzedaży sprzętu BI.
- Lodówki: obrót 27 milionów EUR, wzrost do roku 2004 o 12%. Taki wzrost był możliwy dzięki dobrej koniunkturze na największym dla firmy rynku sprzętu chłodniczego w Skandynawii.
- Pralki: obrót 16,6 milionów EUR; nieznaczny spadek w porównaniu z rokiem ubiegłym (około 3%) spowodowany był mniejszą sprzedażą na rynkach wschodnich. Na pozostałych rynkach Amica odnotowała wzrost sprzedaży pralek.
- Płyty: obrót 7,5 milionów EUR, wzrost w porównaniu z rokiem 2004 o 44%, głównie na rynkach rosyjskim, duńskim, rumuńskim i francuskim.
- Towary: obrót 1,4 miliona EUR, wzrost do roku 2004 o 36%. Największy wzrost sprzedaży tej grupy asortymentowej odnotowano w Europie Południowej.

III. WYNIKI FINANSOWE

1. Rachunek Zysków i Strat

Przychody i koszty	2005		2004		Różnica	Dynamika
	tys. zł	%	tys. zł	%		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(2) - (4)	(2)/(4) w %
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	1 036 583	100,0	1 105 062	100,0	-68 479	93,8
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	837 641	80,8	885 080	80,1	-47 439	94,6
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	198 942	19,2	219 982	19,9	-21 040	90,4
Koszty sprzedaży	34 750	3,3	22 857	2,1	11 893	152,0
Koszty ogólnego zarządu	128 605	12,4	115 732	10,5	12 873	111,1
Zysk (strata) na sprzedaży	35 587	3,4	81 393	7,4	-45 806	43,7
Wynik na pozostałej działalności operacyjnej	-16 622	-1,6	-24 884	-2,3	8 262	66,8
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	18 965	1,8	56 509	5,1	-37 544	33,6
Wynik na działalności finansowej	-13 570	-1,3	-19 632	-1,8	6 062	69,1
Zyski/straty nadzwyczajne	0	0,0	0	0,0	0	0,00
Zysk (strata) brutto	5 395	0,5	36 877	3,3	-31 482	14,6
Podatek dochodowy	1 513	0,1	7 326	0,7	-5 813	20,7
Zysk (strata) netto	3 882	0,4	29 551	2,7	-25 669	13,1

W całym 2005 roku przychody Spółki ze sprzedaży ogółem wyniosły 1 036,6 mln zł i stanowiły 93,8% przychodów z roku 2004 co stanowi spadek wartości o 68,5 mln zł. W relacji do roku 2004 istotne zmiany nastąpiły w strukturze przychodów. Jeżeli w roku 2004 udział sprzedaży krajowej w przychodach ogółem wynosił 56,7%, a sprzedaży eksportowej 43,3% to w roku 2005 relacje te wyniosły: kraj – 46,5%, eksport - 53,5%. Eksport w roku 2005, jak zapowiadano wcześniej, był głównym źródłem przychodów Spółki. W relacji do 2004 roku sprzedaż krajowa spadła o 144,6 mln zł (spadek o 23,1%), eksportowa natomiast wyrażona w PLN wzrosła o 76,1 mln (wzrost o 15,9%). Dynamika eksportu jest jeszcze wyższa jeżeli wyrazimy ją w walucie sprzedaży - EUR. W roku 2005 Spółka wyeksportowała za 139,8 mln EUR, podczas gdy w 2004 roku za 106,7 mln EUR, co daje wzrost aż o 31%.

Należy jednak pamiętać, że niekorzystnie na rentowność eksportową wpłynęło umocnienie się złotego względem EUR. Jeżeli w roku 2005 sprzedaż eksportowa była realizowana po średnim kursie 3,9653 zł, to w roku 2004 po 4,4291 – spadek o 10,5%. Oznacza to, że gdyby kurs w roku 2005 był porównywalny z kursem roku 2004 przychody eksportowe byłyby o 64,8 mln zł wyższe, a wynik brutto na sprzedaży byłby wyższy o 10,4 mln zł.

Wypracowany zysk brutto na sprzedaży ogółem jest o 21,0 mln zł niższy niż w roku ubiegłym. Podstawową przyczyną spadku zarówno zysku, jak i rentowności na tym poziomie jest spadek udziału sprzedaży krajowej w sprzedaży ogółem, która na tym poziomie jest bardziej rentowna. Rentowność brutto na sprzedaży wyrobów krajowych pozostała na poziomie identycznym jak w roku 2004 i wyniosła 21%, jednak spadek obrotów na tym kierunku o 152 mln zł spowodował zmniejszenie zysku o 32 mln zł. Niższe przychody na rynku krajowym po części zostały zrekompensowane wyższymi obrotami na rynku eksportowym. Jednak umacnianie się złotego w tak dużej skali spowodowało, że osiągnięta

masa zysku brutto na sprzedaży eksportowej pozostała w relacji do roku poprzedniego obniżyła się o 6,3 mln zł. W konsekwencji pogorszeniu uległa rentowność sprzedaży eksportowej, która obniżyła się o 3,9 p.p.

W efekcie dynamicznego wzrostu udziału sprzedaży eksportowej w sprzedaży ogółem ulega zwiększeniu nadwyżka przychodów realizowanych w EUR nad kosztami. Za cały 2005 r. nadwyżka przychodów nad kosztami wyniosła 34,8 mln EUR i stanowiła 25% wartości sprzedaży eksportowej (w 2004 r. odpowiednio 3%). Ubiegły rok był pierwszym rokiem w historii Spółki, w którym nadwyżka przychodów nad kosztami była w każdym z miesięcy dodatnia i kształtowała się w przedziale od 1,3 do 4,8 mln EUR. Z dużym prawdopodobieństwem sytuacja taka utrzyma się również w najbliższych latach.

Nierównowaga w rachunku operacyjnym wpływa na saldo przepływów pieniężnych, jakie Spółka zrealizowała w całym 2005 r. Nadwyżka wpływów na wypływach wyniosła i 23,7 mln EUR i w większości została przewalutowana na PLN.

W celu minimalizowania wpływu wahań kursu EUR/PLN na wynik Spółki podjęto dwa rodzaje działań:

- 1) stosowano aktywny hedging walutowy,
- 2) uzupełniono politykę rachunkowości o politykę zabezpieczeń przed wahaniami kursów, zgodnie z którą Spółka może prezentować efekty zabezpieczeń w wyniku operacyjnym, a nie jak dotąd w działalności finansowej. Przedmiotowa polityka weszła w życie począwszy od 1 października 2005 r. Zgodnie z polityką Spółki przedmiotem zabezpieczenia są przepływy pieniężne w walucie obcej.

Na koniec 2005 r. wartość nominalna otwartych transakcji zabezpieczających wyniosła 22,5 mln EUR, a ich dodatnia wartość godziwa wyniosła 2,3 mln zł. Większość transakcji zabezpieczających została zawarta jako zabezpieczenie przepływów pieniężnych 2006 r. Oznacza to, że najbardziej wymierne dla działalności Spółki efekty zabezpieczeń pojawią się w 2006 roku. Do dnia sporządzenia niniejszego raportu Spółka kontynuowała zawieranie transakcji zabezpieczających ryzyko i obecnie wartość nominalna transakcji wynosi 36 mln EUR, a ich dodatnia wartość godziwa przekracza 4 mln zł (czyli efektywny kurs zabezpieczenia jest istotnie wyższy od bieżącego kursu rynkowego). Transakcje w łącznej kwocie 34,5 mln EUR zabezpieczają planowane przepływy netto 2006 roku, co oznacza, że około 75% planowanej na 2006 otwartej pozycji walutowej jest zabezpieczona.

Spadek marży na poziomie zysku na sprzedaży spowodowany został zarówno wyższymi kosztami sprzedaży, jak i wyższymi kosztami ogólnego zarządu. W największym stopniu przyczynił się do tego wzrost krajowych wydatków marketingowych - o około 17 mln zł w porównaniu do analogicznego okresu 2004 roku. W relacji do przychodów krajowych koszty te wyniosły 12,1%, co oznacza wzrost o 6,3 p.p. w stosunku do roku 2004. Decyzję o zwiększeniu wydatków marketingowych na rynku krajowym Spółka pojęła w celu odzyskania udziałów rynkowych.

Ponadto jedną z przyczyn wzrostu kosztów sprzedaży w odniesieniu do 2004 roku jest zmiana modelu współpracy z Amiką International. W roku 2004 Amica International była pośrednikiem w sprzedaży wyrobów produkowanych we Wronkach na rynki wschodnie (w tym do Rosji), ponosząc jednocześnie całe ryzyko z tym związane. Od 2005 roku sprzedaż na tym kierunku jest realizowana bezpośrednio przez Amikę Wronki SA po cenach sprzedaży Amica International z roku 2004. Jednocześnie Amica Wronki S.A. ponosi wyższe niż do tej pory koszty marketingu na przejętych rynkach, które do 2004 roku w większości pokrywała Amica International. Taka zmiana modelu współpracy była korzystna dla Amiki Wronki S.A., ponieważ korzyści ze zwiększonego obrotu znacznie przekraczają koszty dodatkowych działań marketingowych. Należy równocześnie pamiętać, iż z początkiem 2005 roku to Amica Wronki SA ponosi pełne ryzyko handlu ze wschodem.

Nie posiadając własnego Centrum Dystrybucji Spółka zaczęła realizować swoją politykę w zakresie zwiększania dostępności oferowanego asortymentu. W związku z tym wynajmowano zewnętrzne powierzchnie magazynowe, co spowodowało pojawienie się

kosztów wynajmu magazynów zewnętrznych w kwocie 0,6 mln zł w kosztach sprzedaży. W ramach tej samej grupy kosztów zwiększyły się także w porównaniu do roku 2004 koszty transportu (o 0,5 mln zł) – głównie w wyniku wzrostu obrotów eksportowych.

Podobnie jak w czwartym kwartale również w skali całego roku poprawie uległo saldo na pozostałej działalności operacyjnej i działalności finansowej. Wynik na działalności operacyjnej w porównaniu do roku 2004 wzrósł o 8,3 mln zł. 50% tej wartości to efekt spadku kosztów napraw gwarancyjnych i rezerw na te koszty, natomiast drugie 50% to wzrost w porównaniu do roku 2004 bonusów zakupowych od dostawców komponentów / wartość 4,3 mln zł/ Poprawa salda na działalności finansowej o 6,1 mln zł to z jednej strony rezultat niższych o 2,5 mln zł kosztów obsługi długu /niższe stopy procentowe, częściowe zastąpienie finansowania kredytami obrotowymi emisją obligacji/ oraz otrzymania od Spółki Sidegrove Holdings Ltd dywidendy w kwocie 6,8 mln zł z drugiej natomiast gorsze niż w roku 2004 o 3,2 mln zł saldo na różnicach kursowych.

Spółka nie publikowała prognozy wyników na rok 2005 wobec czego nie zachodzi potrzeba objaśnienia różnic pomiędzy wynikami wykazanymi w raporcie rocznym, a prognozą.

2. Struktura przychodów

tys. zł.	2005	Struktura 2005 w%	2004	Struktura 2004 w %	Różnica 05-04	Dynamika 05/04
Kraj	482 034	46,5	626 603	56,7	-144 569	76,9
A. Produkty	361 392	34,9	513 443	46,5	-152 051	70%
B. Towary	51 510	5,0	59 286	5,4	-7 776	87%
C. Pozostałe	69 132	6,7	53 874	4,9	15 258	128%
Eksport	554 549	53,5	478 459	43,3	76 090	115,9
A. Produkty	545 848	52,7	471 150	42,6	74 698	116%
B. Towary	4 969	0,5	4 282	0,4	687	116%
C. Pozostałe	3 732	0,4	3 027	0,3	705	123%
Razem	1 036 583	100	1 105 062	100	-68 479	94%

Sprzedaż krajowa prowadzona jest poprzez sieć dystrybutorów hurtowych rozlokowanych na terenie całego kraju. Zasady współpracy pomiędzy Spółką, a dystrybutorami hurtowymi regulują umowy dystrybucyjne określające między innymi terminy płatności, formy płatności, warunki udzielania bonusów. Wśród dystrybutorów wyróżnia się grupa licząca 4 firmy, które łącznie realizują 26% sprzedaży krajowej. Są to:

- Euro-net Warszawa
- Art.-Dom Łódź
- Elektron Chrzanów
- Amica Warszawa.

Amica wspiera sieć sprzedaży poprzez organizowanie różnych akcji promocyjnych takich jak: wspólna reklama radiowa, prasowa, reklama na środkach komunikacji miejskiej, promocje w miejscach sprzedaży itp.

W strukturze przychodów krajowych w roku 2005 zanotowano spadki we wszystkich grupach asortymentowych. Na sprzedaży kuchni spadek wyniósł 67,9 mln zł, na sprzedaży lodówek 47,0 mln zł, na sprzedaży pralek 37,2 mln zł, na sprzedaży towarów 7,8 mln zł. Głównymi obszarami wzmoczonych działań eksportowych są trzy rynki: Wschód, Skandynawia i Niemcy. Zdobywamy coraz więcej klientów na bardzo chłonnym rynku wschodnim. Duńska

Spółka Gram z sukcesem pomaga nam sprzedawać na terenie Danii, Szwecji, Finlandii i Norwegii. Również na terenie Niemiec pomimo bardzo silnej konkurencji takich marek jak: Bosh, Siemens, Gorenje podnosimy swoje udziały.

Żaden z odbiorców nie osiąga 10% przychodów ze sprzedaży.

Bardziej szczegółowy komentarz na temat sprzedaży znajduje się w części komentarza poświęconej sytuacji rynkowej.

W sprzedaży eksportowej największy wzrost miał miejsce na sprzedaży kuchni i wyniósł 85,7 mln zł. Sprzedaż lodówek wzrosła o 1,0 mln zł, spadła natomiast o 12,0 mln zł sprzedaż pralek.

3. Wynagrodzenia i informacje dot. zatrudnienia osób zarządzających.

Wynagrodzenia ogółem brutto w 2005 roku wyniosły 71 331 tys. zł. Uwzględniając średnioroczne zatrudnienie na poziomie 2 236 osób przeciętne wynagrodzenie w Spółce wyniosło 2 658 zł/m-c i było wyższe o 3,2% niż w roku poprzednim.

Spółka nie posiada żadnych programów motywacyjnych lub premiovych opartych na kapitale, na obligacjach, warrantach subskrypcyjnych it.p.

Wynagrodzenia odrębnie dla każdej z osób zarządzających zawarte SA w Dodatkowych notach objaśniających do sprawozdania finansowego – Nota Nr XI.

Zgodnie z treścią przepisu § 30 Statutu Spółki osoby zarządzające w Spółce „Amica Wronki” S.A. powoływane (i odwoływane) są przez Walne Zgromadzenie. W pierwszej kolejności Walne Zgromadzenie powołuje Prezesa Zarządu. Pozostałych członków Zarządu, Walne Zgromadzenie powołuje na wniosek wybranego Prezesa Zarządu. Zarząd, jak również poszczególni jego członkowie, mogą być odwołani przez Walne Zgromadzenie przed upływem kadencji.

Organem Spółki uprawnionym do podjęcia decyzji o emisji (lub wykupie) akcji jest Walne Zgromadzenie.

W postanowieniach umów o pracę Członków Zarządu zawarte są postanowienia w zakresie wypłaty przez Spółkę:

- (i) odszkodowania z tytułu tzw. „zakazu konkurencji” (odszkodowanie wypłacane jest przez okres 12 miesięcy od dnia zaprzestania pełnienia funkcji; odszkodowanie wypłacane jest w kwocie stanowiącej 100 % średniego miesięcznego wynagrodzenie pobieranego w ostatnim roku pełnienia funkcji);
- (ii) odszkodowania gwarancyjnego, należnego Członkowi (Członkom) Zarządu, w przypadku wypowiedzenia przez Spółkę z powodów innych niż w niej wymienione tj. z powodów innych niż:
 - dopuszczenie się przez Pracownika istotnego naruszenia postanowień określonych w §§ 3 i 4 niniejszej umowy, postanowień dotyczących zakazu konkurencji i zakazu ujawniania poufnych informacji związanych z funkcjonowaniem Spółki, a także podjęcia bez zgody Rady Nadzorczej, o której mowa w § 5 ust 3, pracy w oparciu o umowę o pracę, umowę zlecenia, umowę o dzieło lub na innej podstawie, na rzecz jakiegokolwiek innego podmiotu;
 - popełnienie przez Pracownika przestępstwa stwierdzonego prawomocnym wyrokiem uniemożliwiającym mu dalsze pełnienie funkcji;

- zaprzestanie wykonywania przez Pracownika obowiązków wynikających z niniejszej umowy nie spowodowane ważną przyczyną;
- nieuzyskanie przez Pracownika w terminie sześciu miesięcy od daty zakończenia roku obrotowego absolutorium;
- odwołanie Pracownika przez uprawniony organ Spółki ze składu Zarządu;
- długotrwała choroba, zgodnie z postanowieniami Kodeksu pracy.

Jednorazowe odszkodowanie gwarancyjne wypłacane jest w wysokości (dwunasto) 12 - krotności pobieranego przez Pracownika (Członka Zarządu) średniego miesięcznego wynagrodzenia z ostatnich (dwunasto) 12 miesięcy wykonywania czynności na podstawie umowy o pracę – umowy o zarządzanie Spółką.

4. Zaopatrzenie.

Globalna wartość zakupów zaopatrzeniowych w materiały , towary i usługi w 2005 roku wyniosła 941 mln zł , z tego na zakupy krajowe przypada 490 mln zł, co stanowi 52%, natomiast zakupy importowe 451 mln zł – 48%. Należy nadmienić, iż w porównaniu do roku ubiegłego relacje te uległy odwróceniu. W roku 2005 bowiem kraj stanowił 35%, import natomiast 65%.

Największymi dostawcami krajowymi są takie Spółki jak: Ciarko - Sanok, Andrzej Kaczmarek – Komorniki, Dynaxo - Wronki, Format – Wronki, Backer OBR – Pyrzyce, Mittal Steel – Kosice, Digital Domain- Jawor. Żadna z wymienionych Spółek nie posiada 10% przychodów ze sprzedaży ogółem.

Z kolei najwięksi dostawcy zagraniczni to: Amica International, Elastogram GmbH, Polimeri Europa S.r., Norderband – Stahl. Podobnie jak w przypadku dostawców krajowych , żadna ze wskazanych Spółek zagranicznych nie posiada 10% przychodów ze sprzedaży ogółem

3. Bilans Amica Wronki S.A.

AKTYWA	Stan na 31.12.2005		Stan na 31.12.2004		Różnica
	tys. zł	Udział %	tys. zł	Udział %	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(2)-(4)
A. Aktywa trwałe	418 930	53,1	393 644	55,1	25 286
1.Wart. niemater. i prawne	8 049	1,0	9 267	1,3	-1 218
3.Rzeczowe aktywa trwałe	326 062	41,4	299 950	42,0	26 112
4.Inwestycje długoterminowe	75 057	9,5	75 473	10,6	-416
5.Długoterminowe RMK	9 762	1,2	8 954	1,2	808
B. Aktywa obrotowe	369 341	46,9	321 029	44,9	48 312
1.Zapasy	103 558	13,1	97 675	13,7	5 883
2.Należności krótkoterminowe	244 840	31,2	210 964	29,5	33 876
3.Inwestycje krótkoterminowe	20 679	2,6	12 023	1,7	8 656
4.Krótkoterminowe RMK	264	0,0	367	0,0	-103
RAZEM AKTYWA	788 271	100,0	714 673	100,0%	73 598

PASywa	Stan na 31.12.2005		Stan na 31.12.2004		Różnica
	tys. zł	Udział %	tys. zł	Udział %	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(2)-(4)
A. Kapitał własny, w tym:	303 555	38,5	297 282	41,6	6 273
1. Kapitał zakładowy	17 475	2,2	17 475	2,4	0
2. Akcje własne	-23 287	-2,9	-24 736	-3,5	1 449
3. Kapitał zapasowy	309 340	39,2	279 332	39,1	30 008
4. Kapitał z aktualizacji wyceny	13 125	1,7	12 667	1,8	458
5. Zysk/Strata z lat ubiegłych	-16 980	-2,2	-17 007	-2,3	27
6. Zysk/Strata netto	3 882	0,5	29 551	4,1	-25 669
B. Zobowiązania i rezerwy	484 716	61,5	417 391	58,4	67 325
1. Rezerwy na zobowiązania	46 931	6,0	37 498	5,2	9 433
2. Zobowiązania długoterminowe	99 637	12,6	79 247	11,1	20 390
3. Zobowiązania krótkoterminowe	337 794	42,9	300 237	42,1	37 557
4. Rozliczenia MK	354	0,0	409	0,0	-55
RAZEM PASywa	788 271	100,0	714 673	100,0	73 598

Na koniec roku 2005 suma bilansowa Spółki wzrosła w stosunku do końca roku 2004 o 10,3%. Dokonano w tym czasie inwestycji zarówno w aktywa trwałe jak i obrotowe. O 8,7% wzrosła wartość rzeczowych aktywów trwałych, a o 15,0% przyrosły aktywa obrotowe. Finansując w/w przyrosty majątku Spółka zwiększyła poziom zadłużenia z 58% do 61%. W stosunku do stanu z końca 2004 roku wskaźnik płynności bieżącej uległ pozostał bez zmian i wyniósł 1,01, co oznacza praktycznie stały poziom dodatniego kapitału obrotowego netto. I tak na koniec roku 2005 wartość tego kapitału wzrosła o 0,7 mln zł w porównaniu do końca roku 2004 i wyniosła 3,7 mln zł.

Wzrost aktywów trwałych wiąże się z realizacją planowanych inwestycji w rzeczowe aktywa trwałe. W obrębie dotychczasowego kompleksu produkcyjnego we Wronkach Spółka wybudowała Centrum Dystrybucji. Inwestycja ta umożliwiła poprawę logistyki wewnętrznej oraz zapewniła lepszą dostępność oferowanego asortymentu wyrobów dla klientów. Pierwszym pełnym rokiem, w którym będą widoczne pozytywne efekty w/w inwestycji będzie rok 2006. Ponadto kontynuowana jest inwestycja w odnowę linii technologicznej w Fabryce Kuchni. Celem jej jest zwiększenie mocy produkcyjnych oraz poprawienie wzornictwa sprzętu grzejnego.

Praktycznie bez zmian pozostała wartość inwestycji długoterminowych Spółki zachowując poziom 75 mln zł. Wartość ta była jednak wypadkową kilku istotnych zmian w tym obszarze majątku Spółki. Po pierwsze wzrosła wartość inwestycji długoterminowych w SH Ltd o 1,5 mln zł. Nastąpiło to w efekcie trójstronnej umowy zawartej pomiędzy Amica Wronki SA, Amica Commerce s.r.o., a czeskim dystrybutorem sprzętu AGD. Amica Commerce przejęła od w/w dystrybutora sieć klientów w Czechach za równowartość 1,5 mln zł. Przedmiotową kwotę dystrybutor mógł przeznaczyć jedynie na zakup od SH Ltd akcji Amica Wronki SA w ilości 45 455. W wyniku tej transakcji SH Ltd zmniejszyła stan posiadania akcji Amica Wronki SA do 729 332 akcji. Wraz ze wzrostem z tego tytułu inwestycji długoterminowych, w pasywach Amica Wronki SA zmniejszeniu o tą samą kwotę uległa ujemna wartość akcji własnych do zbycia. Po drugie o 1 091 tys. zł wzrosła wartość inwestycji Spółki w Amica Sport SSA. Nastąpiło to w efekcie darowizny akcji Amica Sport SSA od jednostki dominującej Holding Wronki SA. W wyniku tej transakcji Amica Wronki SA stała się jedynym właścicielem Amica Sport SSA. Spadek wartości inwestycji długoterminowych nastąpił na skutek przeszacowań posiadanego majątku finansowego o zmiany kursu korony duńskiej z 0,5486 zł na dzień 31.12.04 do 0,5174 zł na dzień 31.12.05, w zakresie udziałów w Gram A/S oraz kursu funta cypryjskiego z 7,0298 zł na dzień 31.12.04 do 6,7338 zł na dzień 31.12.05, w zakresie udziałów w SH Ltd. Ponadto nastąpiło przekwalifikowanie z inwestycji krótkoterminowych na inwestycje krótkoterminowe zapadalnej na 31.12.07 pożyczki podporządkowanej udzielonej spółce GRAM A/S o wartości 808 tys. EUR.

Na koniec 2005r nastąpił znaczny wzrost wartości wszystkich głównych składników majątku obrotowego Spółki. Wyższy poziom zapasów jest wyłącznie następstwem realizacji polityki Spółki w zakresie zwiększania dostępności sprzedawanego asortymentu. Cel ten można teraz realizować dzięki rozpoczęciu eksploatacji nowego Centrum Dystrybucji.

Przyrost wartości należności wynika z dwóch powodów. Po pierwsze, jeden z kluczowych odbiorców Amica Wronki SA, Mars sp. z o.o. został postawiony w stan upadłości i równocześnie zaprzestał spłaty swoich zobowiązań. Saldo należności Mars sp. z o.o. w bilansie Spółki wynosi 33 mln zł. Po drugie nastąpiło świadome wydłużenie terminów płatności dla odbiorców krajowych oraz przejęcie od Amica International bezpośredniej obsługi części rynków eksportowych. W poprzednich warunkach biznesowych Amica International regulowała swoje zobowiązania wobec Amica Wronki S.A. wcześniej niż czynili to wobec niej jej odbiorcy.

Inwestycje krótkoterminowe wzrosły o 8,7 mln zł w relacji do roku ubiegłego. Spółka założyła na kwotę 11 mln zł lokaty/inne aktywa pieniężne/, w których jako wkład traktowane były należności od odbiorców. Jest to narzędzie alternatywne w swej istocie do faktoringu. O 0,6 mln zł wzrosła wartość pożyczki udzielonej Amica Sport SSA, pojawiły się w roku 2005 w inwestycjach krótkoterminowych zabezpieczające instrumenty finansowe na wartość 1,8 mln zł. W tym samym czasie Spółka odpisała całą wartość posiadanych udziałów w Prodom Sp. z o.o. na kwotę 2 mln zł. Przyczyną tego odpisu była pogarszająca się sytuacja finansowa tej spółki, generowanie przez nią strat i ostatecznie postawienie jej w stan likwidacji. Ponadto obniżeniu o 2,7 mln zł w porównaniu do końca roku 2004 uległy środki pieniężne w kasie i na rachunkach.

Wzrost kapitałów własnych nastąpił w efekcie wypracowania 3,9 mln zł zysku netto oraz sprzedaży części posiadanych przez Sidegrove Holding Ltd. akcji Amica Wronki S.A. na kwotę 1,5 mln zł (transakcję opisano powyżej). Dzięki tej transakcji zmniejszeniu uległa wykazywana w pasywach ujemna wartość akcji własnych do zbycia. Decyzją Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy zatrzymany został w Spółce zysk netto wypracowany w roku 2004.

Spółka w większym stopniu, niż kapitały własne, wykorzystywała do finansowania działalności kapitał obcy. Większy udział w finansowaniu Spółki posiadały na dzień 31.12.05 przede wszystkim zobowiązania handlowe. Nastąpiło to w efekcie okresowego wydłużenia terminów płatności. Wraz z inwestycjami w aktywa trwałe wzrosła wartość zaciąganych w celu ich finansowania długoterminowych kredytów inwestycyjnych. Ponadto w zaktualizowanych umowach kredytowych oraz umowach refinansujących dotychczasowe zadłużenie, Spółka odroczyła w czasie spłatę kredytów inwestycyjnych zaciąganych na finansowanie inwestycji z lat ubiegłych. Od III kwartale br. dokonano emisji obligacji na kwotę 50 mln zł. Emisja ta została zaoferowana inwestorom instytucjonalnym zgodnie z właściwymi przepisami prawa. Obligacje zostały wyemitowane w złotych polskich, jako papiery wartościowe na okaziciela, niezabezpieczone, zdematerializowane oraz dyskontowe (zerokuponowe). Agentem emisji jest Bank ABN-AMRO (Polska) S.A. z siedzibą w Warszawie. Na dzień 31.12.2005 Spółka ulokowała na rynku obligacje o wartości 20 mln zł. Emisja ta wydatnie przyczyniła się do zmniejszenia kosztów finansowania w 2005 r..

Poziom rezerw na zobowiązania wyższy o 9,4 mln zł w relacji do roku ubiegłego wynika przede wszystkim z wyjątkowo długiego okresu rozliczeń należnych odbiorcom Spółki bonusów za zrealizowanie rocznych obrotów oraz przeprowadzonych we współpracy z nimi akcji promocyjnych.

Spółka w dalszym ciągu w zakresie relacji poszczególnych pozycji bilansowych, będzie starała się przede wszystkim utrzymywać poziom zadłużenia zbliżony do 60% oraz zachowywać dodatni kapitał obrotowy netto. Zapewni to bezpieczeństwo finansowania bieżącej działalności.

4. Informacja o zaciągniętych kredytach i pożyczkach.

Informacje dotyczące powyższego tematu zawarte są w S.A.-R 2005 – Nota 16c.

Spółka Amica Wronki S.A. oraz Spółki od niej zależne w 2005 roku nie udzielały poręczeń i gwarancji za inne podmioty.

5. Przepływy pieniężne

W roku 2005 w ramach działalności operacyjnej przepływy pieniężne netto Spółki wyniosły 76,5 mln zł i były o 14,0 mln zł wyższe niż w roku 2004. Na uwagę zasługuje wzrost zobowiązań krótkoterminowych – innych niż kredyty i pożyczki, który w całym roku wyniósł ponad 62 mln zł. Wzrost poziomu zobowiązań handlowych nastąpił w następstwie wydłużenia średniego terminu płatności dostawcom komponentów. Równocześnie z tytułu wzrostu należności krótkoterminowych Spółka zanotowała wpływ środków w roku 2005 w kwocie 33,9 mln zł. Pomimo wzrostu stanów magazynowych w roku o 5,9 mln zł z uwagi na fakt, że w roku 2004 zapasy wzrosły o 7,2 mln zł fakt ten nie wpłynął negatywnie na przepływy pieniężne z działalności operacyjnej Spółki.

Saldo przepływów na działalności inwestycyjnej wyniosło w całym roku 2005 blisko -44 mln zł. Duży wpływ środków pieniężnych w obszarze działalności inwestycyjnej był głównie efektem finansowania zaplanowanych zadań inwestycyjnych, w tym w szczególności budowy Centrum Dystrybucji oraz modernizacji linii technologicznej sprzętu grzejnego.

W zakresie działalności finansowej w roku 2005 Spółka zanotowała ujemny przepływ pieniężny w kwocie ponad -24,5 mln zł, który wynikał głównie ze spłat kredytów i pożyczek w kwocie wyższej od zaciągniętych pożyczek.

Jednoczesne obniżenie poziomu kredytów i pożyczek oraz realizacja programu inwestycyjnego w 2005 roku była możliwa dzięki opisanym pozytywnym przepływom w ramach działalności operacyjnej oraz emisji obligacji komercyjnych.

6. Analiza wskaźnikowa

Wskaźniki rentowności

Wskaźniki rentowności (zyskowności) mierzą zdolność Spółki lub też jej poszczególnych składników majątkowych oraz kapitałów do generowania zysku.

Nazwa Wskaźnika	Formuła obliczeniowa	Dla roku 2005	Dla roku 2004
Rentowność brutto na sprzedaży	Zysk brutto na sprzedaży / Przychody ze sprzedaży	19,2%	19,9%
Rentowność operacyjna	Zysk operacyjny / Przychody ze sprzedaży	1,8%	5,1%
Rentowność sprzedaży brutto	Wynik finansowy brutto / Przychody ze sprzedaży	0,5%	3,3%
Rentowność sprzedaży netto	Wynik finansowy netto / Przychody ze sprzedaży	0,4%	2,7%

Przyczyny zmian rentowności zostały opisane w części komentarza dotyczącej rachunku zysków i strat.

Wskaźniki płynności finansowej

Wskaźniki płynności finansowej pozwalają ocenić, czy Spółka posiada wystarczające zasoby finansowe do spłacenia swoich zobowiązań krótkoterminowych.

Nazwa Wskaźnika	Formuła obliczeniowa	Wartość pożądana	Stan na 31.12.2005 roku	Stan na 31.12.2004 roku
Wskaźnik płynności ogólnej	Majątek obrotowy/ Zobowiązania krótkoterminowe	1,6 - 2,0	1,01	1,01
Szybka płynność	(majątek obrotowy – zapasy) / zobowiązania krótkoterminowe	0,8 – 1,0	0,73	0,70
Szybkość obrotu należnościami (w dniach)	Stan należności handlowych * upływ czasu / Sprzedaż netto	-	81	67
Szybkość obrotu zob. z tytułu dostaw (w dniach)	Stan zobowiązań handlowych * upływ czasu / koszty operacyjne	-	81	57
Wskaźnik rotacji zapasów w dniach	Stan zapasów * upływ czasu / koszty operacyjne	-	37	34

W roku 2005 w relacji do roku 2004 wskaźniki płynności zachowały praktycznie poziom z roku 2004. Wykonany i podtrzymany został podstawowy cel, czyli utrzymanie wskaźnika płynności ogólnej na poziomie ponad 1. Tym samym Spółka cały czas posiada dodatni kapitał obrotowy netto, który na koniec roku 2005 wynosił 3,7 mln zł. Pozytywny charakter miała zmiana w zakresie wydłużenia okresu spłaty zobowiązań handlowych.

Wskaźniki finansowania działalności

Analiza wskaźnikowa struktury finansowania działalności pozwala określić politykę finansową Spółki poprzez określenie stopnia jej zadłużenia oraz możliwości obsługi tego zadłużenia.

Nazwa Wskaźnika	Formuła obliczeniowa	Wartość pożądana	Stan na 31.12.2005 roku	Stan na 31.12.2004 roku
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Zobowiązania ogółem / Aktywa	0,5 – 0,7	0,61	0,58
Wskaźnik zadłużenia Kapitału własnego	Zobowiązania ogółem / Kapitały Własne	-	1,60	1,40

Nieznacznemu pogorszeniu uległy wskaźniki zadłużenia, jednakże wskaźnik zadłużenia ogółem znajduje się w granicach pożądanych wartości i, co bardzo ważne, charakteryzuje się dużą stabilnością.

IV. Informacja na temat realizacji prac badawczo-rozwojowych w 2005r.

1. W zakresie sprzętu grzejnego:

- **Nowy Design Kuchni „500”**

Opracowano dokumentację techniczną nowej komory piekarnika.

Opracowano i przekazano do Biura Zakupów dokumentację konstrukcyjną detali na prasy transferowe i postępowe na potrzeby ofertacji na narzędzia.

Przeprowadzono rozmowy techniczne z potencjalnymi wykonawcami narzędzi, zawarto kontrakty na dostawę linii do zgrzewania komory piekarnika i narzędzi do produkcji głównych części kuchni.

Projekt obejmuje 4 modele wzornicze w tym jeden specjalny dla firmy OLAN.

Wszystkie modele zostały ocenione przez potencjalnych klientów na drodze focusów .

Wykonano serie informacyjne kuchni ;

Wykonano badania własne kuchni i przekazano je do badań certyfikujących ;

Uzyskano atest kuchni w INiG Kraków ;

Wykonano serie informacyjne 28 typów kuchni ;

Wdrożenie zakończono w IV kwartale 2005r.

Wynik wdrożenia:

- Zwiększono ofertę AMICA o kolejne 28 typów wyrobów kuchni,
- zmniejszono koszty własne wytwarzania,
- uzyskano klasę energetyczną „A” poprzez wprowadzenie innowacji: komory rozdzielnej piekarnika ze ścianą przednią,

- **Kuchnie FS „600” :**

Wykonano prace wzornicze dla kuchni ;

Wykonano dokumentację konstrukcyjną dużych detali ;

Przekazano firmom włoskim dokumentację konstrukcyjną w celu przeprowadzenia ofertacji na wykonanie narzędzi ;

Ustalono sposoby wykonania poszczególnych detali,

Podpisano kontrakty z wykonawcami detali

Spodziewane zakończenie projektu: wrzesień 2006r.

Oczekiwany wynik wdrożenia:

- nowa linia wzornicza,
- unifikacja detali z linią kuchni „500” i kuchni do zabudowy,
- innowacyjne rozwiązanie konstrukcji drzwi,
- poprawiona estetyka wyrobów poprzez brak widocznych elementów łącznych,
- poprawiona estetyka obudowy kuchni.

- **Piekarniki i kuchnie BI :**

wykonano narzędzia na front piekarnika we Włoszech, przekazano detale do oceny ;

kończone są narzędzia przygotowywane w kraju;

wykonano z wynikiem pozytywnym badania własne,

zakończono pozytywnie badania atestacyjne,

wykonano serie próbne EHK i EB

przygotowywany jest harmonogram wdrożenia ;
Termin zakończenia projektu: luty/marzec 2006r.

Oczekiwany wynik wdrożenia:

- nowa linia wzornicza,
- poprawiona estetyka wg życzeń klientów,
- rozszerzenie oferty AMICA o nowe wyroby,
- unifikacja detali z linią kuchni „500” i kuchni do zabudowy,
- innowacyjne rozwiązanie konstrukcji drzwi,
- obniżka kosztów wytwarzania.

- **Kuchnia wolnostojąca i do zabudowy o szerokości 60 cm indukcyjna.**

Wykonano wstępną konstrukcję kuchni 600 oraz kuchni do zabudowy pozwalającej wykorzystać nową komorę piekarnika a tym samym wprowadzić jak najszybciej unifikację wszystkich kuchni w tym zakresie.

Zawarto kontrakty na dostawę narzędzi do produkcji głównych części niezbędnych do realizacji tego zadania w 2006r.

Wykonano modele kuchni i płyty z własnym sterowaniem oparte o moduł indukcyjny f-my Eika ;

Płyty i kuchnie wolnostojące przebadano w naszym laboratorium z wynikiem pozytywnym, uzyskano konieczne atesty;

Termin zakończenia projektu: luty 2006r.

Oczekiwany wynik wdrożenia:

- nowe, innowacyjne, atrakcyjne produkty w ofercie AMICA na 2006r.

2. W zakresie sprzętu pralniczego:

- **Wyciszenie pralki.**

- Zbadano i opracowano warianty wyciszenia pralki matami wygłuszającymi. Ze względu na wysoki koszt materiałowy zrezygnowano z tego rozwiązania.

- Opracowano i wykonano prototyp pralki o ograniczonej funkcjonalności z silnikiem 3-fazowym, który w odróżnieniu od obecnie stosowanych silników komutatorowych wyróżnia się znacznie cichszą pracą i możliwością uzyskania przez jego zastosowanie prędkości wirowania 1600-1800 obr/min, a tym samym umożliwi produkcję pralek o takich parametrach.

Prace nad zastosowaniem silnika 3-fazowego w pralkach będą kontynuowane w tym roku.

- Wykonano analizę deklarowanych i rzeczywistych osiąganych wartości mocy akustycznej.

Wykonano badania i analizę zastosowania nowego materiału na wannę, kopertę i podstawę BORCOM.

- Wykonano badania transportowe modeli pralek z tulejkami gumowymi pod silnik – wynik pozytywny (wanne i koperta wykonane z PP+GF, PP+CaCO₃).

Próby montażowe tulejek gumowych z wanną i kopertą z BORCOMU dały wynik negatywny.

Z tego powodu realizację tematu wdrożenia tulejek gumowych pod silnik zawieszono.

Termin zakończenia projektu: 2006r.

Oczekiwany wynik wdrożenia:

Wdrożenie silnika 3-fazowego

- **Funkcje dodatkowe :**

- 1) funkcja zmniejszająca zagniatanie wsadu;
- 2) funkcja zmniejszająca zawartość detergentu w wypranym wsadzie;
- 3) modyfikacja programu prania - "wełna".

Wykonano modyfikacje programów „wełna” oraz w pralce PC+ wprowadzono opcję dodatkowego płukania pozwalającą na zmniejszenie zawartości detergentu we wsadzie.

W roku 2006 podjęte będą prace nad modyfikacją programu zmniejszającego zagniecenia wsadu.

Termin zakończenia projektu: 2006r.

Oczekiwany wynik wdrożenia:

Wdrożono pozycje 2), 3). Pozycja 1) jest w trakcie opiniowania przez marketing zasadności o kontynuacji.

- **Wdrożenie pralki 1400rpm**

Wdrożono do produkcji pralkę PB i PC 1400 rpm.

Termin zakończenia projektu: 2006r.

Oczekiwany wynik wdrożenia:

Rozszerzono gamę wyrobów pralniczych o pralki 1400 rpm.

- **Pralka PC + wyświetlacz LCD oraz wprowadzenie zmian w softwarze (regulacja ilości płukań w przycisku "dodatkowe płukanie, pranie intensywne w przycisku "pranie krótkie")**

Temat wdrożono w listopadzie 2005

Termin zakończenia projektu: listopad 2005

Wynik wdrożenia:

Rozszerzono gamę wyrobów pralniczych o pralki typu PC+ z wyświetlaczem LCD o dużej powierzchni i lepszej komunikacji z użytkownikiem.

- **Regulacja ilości płukań - możliwość ustawienia np. 1-3 dodatkowych cykli płukań**

Zrealizowano w ramach projektu Pralka PC+ w listopadzie 2005 roku

Termin zakończenia projektu: _ październik 2005 roku

Wynik wdrożenia:

Jak w temacie nr 4.

- **Pobór ciepłej i zimnej wody**

Zrealizowano w ramach projektu Pralka PC+ w listopadzie 2005 roku

Termin zakończenia projektu: _ październik 2005 roku

Wynik wdrożenia:

Jak w temacie nr 4.

- **Nowy typoszereg pralek PD**

Projekt przewidywał wdrożenie tylko nowej estetyki pralek. Po opracowaniu propozycji designu zrezygnowano z kontynuacji tematu na rzecz projektu całkiem nowej konstrukcji pralki mającej niższe koszty materiałowe w porównaniu do obecnie produkowanych pralek.

Termin zakończenia projektu: 2006r.

- **Pralka PB-R**

Wykonano dokumentację konstrukcyjną oraz modele stereolitograficzne okna

W trakcie jest wykonanie oprzyrządowania do realizacji projektu.

Termin zakończenia projektu: kwiecień 2006r.

Oczekiwany wynik wdrożenia:

Rozszerzenie gamy wyrobów o nowy typ pralki o designie różniącym się od typu PB w celu możliwości sprzedaży na rynku rosyjskim pralki różniącej się wizualnie od typu PB.

- **Pralka PC-T**

Wykonano formę na światłowody oraz na panel sterowania

W trakcie jest wykonywanie serii informacyjnej.

Termin zakończenia projektu: luty 2006r.

Oczekiwany wynik wdrożenia:

Wdrożenie pralki typu PC z wklejką panelu zastąpioną przez technologię tańszego tampodruku.

- **Możliwość zwiększenia załadunku aktualnie produkowanych pralek do 5 i 6 kg.**

W trakcie są badania laboratoryjne prototypów oraz określanie przez Marketing pozycjonowania i zasadności wdrożenia pralek tego typu.

Termin zakończenia projektu: II kw.2006r.

Oczekiwany wynik wdrożenia

Rozszerzenie gamy wyrobów o pralki o większych możliwościach załadunku.

3. W zakresie sprzętu chłodniczego

- **Modernizacja lodówek EML – 2005**

Wprowadzono do produkcji zmodernizowane lodówki ze sterowaniem elektromechanicznym :

AK 260, AK 310, AD 220, AD 250, AK 210 – Decyzje o uruchomieniu produkcji nr 1/EML/2005, Nr 2/EML/2005, nr 3/EML/2005.

Wykonano partie informacyjne zmodernizowanych lodówek ze sterowaniem elektronicznym:

AK 313, AK 314, AGK 320, AD 350 – Protokół odbioru z 30.09.2005

Wykonano partie informacyjne zmodernizowanych lodówek ze sterowaniem elektronicznym, z radiem, z wentylatorem.

Wykonano partię informacyjną AK 313 WR

Wykonano partię informacyjną lodówek AGK320 i AGK350 ze sterowaniem elektronicznym i pojemnikiem biofresh.

Uruchomiono partie produkcyjne AK 313 i AK 314 z radiem i z wentylatorem

Termin zakończenia projektu: grudzień 2005r.

Wynik wdrożenia:

- nowa linia estetyczna chłodziarko-zamrażarek AMICA
- zwiększenie sprzedaży lodówek w 2006r.

- **Elektronika bezprzewodowa z panelem na drzwiach**

wg wniosku 3/07/2005 temat będzie realizowany w 2006 r. w ramach projektu Amica – 2007. Projekt aktualnie opracowywany we współpracy z AE we Włoszech i GEKO w Krakowie - przygotowano założenia techniczne-funkcyjne projektu.

Termin zakończenia projektu: 2007 rok.

Oczekiwany wynik wdrożenia:

- nowa linia produktów AMICA
- zwiększenie sprzedaży chłodziarko-zamrażarek AMICA

- **Prototyp kombi no frost**

wg wniosku 7/07/2005 temat będzie realizowany w 2006 r. w ramach projektu Amica – 2007

Termin zakończenia projektu: 2007 rok.

Oczekiwany wynik wdrożenia:

- nowa linia produktów AMICA
- zwiększenie sprzedaży chłodziarko-zamrażarek AMICA

- **Wentylator i biofresh w M 60 GRAM**

Wdrażanie wentylatora zakończono.

Pojemnik biofresh jest przygotowany do produkcji, został zastosowany w partiach informacyjnych zmodernizowanych lodówek AGK 320 i AGK 350.

Montaż został oceniony pozytywnie w Protokole z odbioru partii informacyjnej.

Pojemnik biofresh jest przygotowany do montażu w lodówkach KF 320 i KF 350 / Gram /, które mają te same komory co zmodernizowane AGK.

Zadanie jest zrealizowane, podzespoły wentylatora i biofresh są przygotowane do produkcji.

Wykonywana jest maszyna do przyklejania parownika chłodziarki do ściany tylnej komory dla zapianowania.

Termin zakończenia projektu: I kwartał 2006

Oczekiwany wynik wdrożenia:

- rozszerzenie oferty produktowej dla Grama
- zwiększenie funkcjonalności chłodziarko-zamrażarki
- zwiększenie konkurencyjności wyrobu na rynku.

- **Wdrożenie wydłużonych parowników M 60**

Partie informacyjne lodówek zostały wykonane, przeprowadzona została z wynikiem pozytywnym próba transportowa.

Zadanie zostało w części technicznej zakończone.

Zastosowanie wydłużonych parowników w produkcji lodówek nastąpi po decyzji o realizacji konkretnego zamówienia handlowego.

Termin zakończenia projektu: III kw 2005 – zadanie zakończono

Wynik wdrożenia:

- wyciszenie pracy chłodziarko-zamrażarki,
- zwiększenie wolumenu sprzedaży.

V. Informacja o zmianach kadrowych.

W roku 2005 w tym zakresie tematycznym nastąpiły następujące zmiany:

1. Z dniem 15 czerwca Zarząd Spółki podjął decyzję o połączeniu pionów: Handlu (Dział Sprzedaży Krajowej, Biuro Handlu Zagranicznego) i Marketingu Strategicznego. Powstał nowy Pion „Sprzedaży i Marketingu” pod kierownictwem Pana Michała Nawrockiego – Wiceprezesa Zarządu ds. Sprzedaży i Marketingu. Decyzja powyższa została podyktowana koniecznością bliższej współpracy pomiędzy tak kluczowymi obszarami działalności oraz jasnym określeniem odpowiedzialności za politykę handlową i wyniki sprzedaży Spółki.

2. W dniu 13.10 odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, na którym podjęta została uchwała o powołaniu nowego Członka Zarządu. Na to stanowisko powołany został dotychczasowy Dyrektor Finansowy Spółki Pan Dariusz Szczypiński.

VI. Kierunki działania Spółki na rok 2006.

Na rok 2006 Zarząd Spółki podjął działania, które będą służyły przede wszystkim realizacji następujących celów strategicznych:

1. Uzyskanie określonej masy marży i odbudowanie wolumenu sprzedaży w kraju.
2. Wzrost rentowności sprzedaży na rynkach eksportowych.
3. Poprawę zyskowności grupy.

1. Uzyskanie określonej masy marży i odbudowanie pozycji rynkowej w kraju realizowane będzie poprzez:

- Uporządkowanie i konsekwentne utrzymywanie polityki handlowej
- Odbudowę Działu Handlowego i rozwój umiejętności handlowych Regionalnych Kierowników Sprzedaży oraz Przedstawicieli Handlowych.
- Zwiększenie udziału i znaczenia grupy Menedżerów Produktów w strategicznym pozycjonowaniu produktów i planowaniu działań operacyjnych.

2. Wzrost rentowności sprzedaży na rynkach eksportowych realizowany będzie poprzez:

- Nawiązywanie współpracy z nowymi partnerami na kluczowych rynkach: rosyjskim, niemieckim i skandynawskich, ze szczególnym uwzględnieniem Szwecji.
- Rozwój sprzedaży nowych produktów jak np. płyty indukcyjne oraz zwiększenie sprzedaży na rynkach pralek i kuchni wolnostojących.
- Rozwój sprzedaży poprzez uruchomienie z naszymi partnerami sprzedaży internetowej (Otto, Neckermann).

3. Poprawa zyskowności Grupy realizowana będzie poprzez:

- Dalsze obniżanie i optymalizację kosztów produkcji (materiały, konstrukcja, organizacja produkcji).
- Politykę asortymentową mającą na celu eliminowanie liczby indeksów, w szczególności uwzględnianiu wielkości minimalnych partii produkcyjnych oraz właściwej kombinacji (mix) produktów.
- Kontrolę opłacalności współpracy z poszczególnymi partnerami handlowymi, w szczególności w eksporcie, mającą na celu poprawę uzyskiwanych marż.
- Wzrost masy marży poprzez utrzymanie kosztów na poziomie roku 2005 i wzroście Sprzedaży.

Realizacja powyższych celów strategicznych powinna zapewnić osiągnięcie celu biznesowego na rok 2006 jakim jest uzyskanie planowanych przychodów ze sprzedaży oraz zysku netto.

W roku 2006 Spółka będzie kontynuowała swoją działalność na dotychczasowych zasadach.

VII. Propozycja podziału zysku.

Zarząd proponuje wypracowany w roku 2005 zysk netto przeznaczyć na kapitał zapasowy.

VIII. Informacje dotyczące struktury organizacyjnej i posiadanych akcji.

1. Struktura organizacyjna Spółki.

W strukturze jednostki w okresie objętym sprawozdaniem nie wystąpiły połączenia, przejęcia bądź sprzedaż inwestycji długoterminowych oraz podział i restrukturyzacja.

Amica Wronki S.A. posiada udziały w następujących podmiotach:

Gram A/S	99,94% posiadanych udziałów
Sidegrove Holdings Ltd	99,75% posiadanych udziałów
Amica International	99,75% posiadanych udziałów
Amica Sport SSA	100,00% posiadanych udziałów
Prodom Sp. z o.o.	100,00% posiadanych udziałów
Amica Commerce.....	80,00% posiadanych udziałów.

2. Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu.

	Ilość akcji	% kapitału	Ilość głosów	% głosów
Holding Wronki S.A.	3 138 599	35,9	6 024 549	51,79
Sidegrove Holdings Ltd	729 332	8,3	729 332	6,27
Jacek Rutkowski	541 712	6,2	541 712	4,65
Pozostali	4 327 857	49,6	4 335 657	37,29

4. Akcje posiadane przez członków władz Spółki na 31.12.2005.

- Jacek Rutkowski – 541 712
- Andrzej Kadziński 4 600
- Stanisław Grynhoff 3 000
- Wojciech Kaszyński 2 701
- Tomasz Rynarzewski 400
- Michał Gałęcki 100

5. Spółka nie posiada programu akcji pracowniczych.

- 6. Spółce nie są znane umowy** w wyniku, których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy.

IX. Informacje dot. zarządzania zasobami finansowymi.

1. Wykorzystanie wpływów z emisji.

Po podpisaniu w lipcu 2005 roku odpowiednich umów z ABN AMRO Bank, w II półroczu 2005 roku Spółka rozpoczęła działalność na rynku finansowym jako emitent obligacji. Łączna wartość nominalna wyemitowanych instrumentów wyniosła 110 mln zł, natomiast w tym samym czasie Spółka wykupiła emisje o wartości 90 mln zł, co oznacza, że saldo wyemitowanych obligacji wyniosło na koniec roku 20 mln zł. Ponieważ środki z emisji

obniżyły wykorzystanie krótkoterminowych kredytów bankowych, nie zwiększając w ten sposób zadłużenia. Podstawowym celem opisanych emisji było obniżenie kosztów finansowych.

2. Ocena zarządzania zasobami finansowymi.

Podstawowym elementem kształtującym politykę ograniczania ryzyka płynności jest utrzymywanie zdolności Spółki do terminowego wywiązywania się z bieżących i planowanych zobowiązań wobec kontrahentów. Optymalizacja decyzji jest dokonywana na podstawie analizy kosztów obsługi zadłużenia zewnętrznego oraz przy uwzględnieniu rentowności kapitałów własnych spółki. Dokonywane zmiany struktury posiadanych przez spółkę kredytów mają na celu terminową spłatę zobowiązań. Ponadto Spółka podejmuje działania zmierzające do zintegrowanego zarządzania cash-flow poprzez optymalizację polityki zarządzania terminami płatności, zarówno zobowiązań jak należności. Spółka nie widzi zagrożeń dla prawidłowego regulowania swoich zobowiązań. Jednocześnie prowadzone są prace w wyniku, których z jednej strony wydłużeniu ulegnie rotacja zobowiązań, a z drugiej przyspieszony zostanie średni termin spływu należności. W tym celu Spółka wykorzystywała dostępne na rynku instrumenty factoringowe oraz prowadziła ciągłe negocjacje z kontrahentami.

X. Inne informacje.

1. Spółka zawarła z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych umowę nr 503/10 z dnia 8.08.2005r. dotyczącą 2005 roku określającą wysokość łącznego wynagrodzenia w kwocie 142 tys. zł.
2. Wartość przedmiotowego wynagrodzenia dla poprzedniego roku obrotowego to kwota 133 tys. zł.

Podpisy Członków Zarządu

Prezes Zarządu
Jacek Rutkowski

V-ce Prezes Zarządu
Andrzej Kadziński

V-ce Prezes Zarządu
Michał Nawrocki

Członek Zarządu
Bogdan Gleinert

Członek Zarządu
Dariusz Szczypiński