

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY

Wybrane dane i wskaźniki finansowe

	6 miesięcy 2006 PLN000	6 miesięcy 2005 PLN000	Wzrost %
Przychody	552 584	521 098	+6.0
Zysk / (strata) netto	7 827	- 2 042	+483.3
Zysk / (strata) netto przysługująca akcjonariuszom	7 045	- 2 040	+445.3
Marża brutto*	41.6%	39.8%	
Średnia liczba pracowników	3 875	3 537	+9.5
Zysk / (strata) na akcję - w (zł)	0.07	-0.02	+469.8
Środki pieniężne / (zadłużenie) netto na koniec okresu (mln zł)**	- 82.0	18.3	-548.1
Liczba punktów sprzedaży na koniec okresu***	259	226	+ 14.6
Liczba punktów otwartych w okresie	13	14	
Powierzchnia sprzedaży netto na koniec okresu (m2)***	111 039	100 561	+ 10.4
Powierzchnia sprzedaży netto otwarta w okresie (m2)	5 358	8 927	
Szacowana liczba klientów odwiedzających sklepy w okresie	48 mln	41 mln	+ 26.3

* Uwaga: Patrz komentarz na stronie 3

** Uwaga: Porównanie obejmuje dane bilansowe odpowiednio z 30 czerwca 2006 r. i 31 grudnia 2005 r. Na dzień 30 czerwca 2005 r. zadłużenie netto wynosiło 60,9 mln zł.

***Uwaga: liczba punktów sprzedaży oraz powierzchnia sprzedaży netto na 31 grudnia 2005 r. wynosiły odpowiednio: 253 punkty sprzedaży oraz 106 955 m2.

Rozwój sieci sprzedaży

Liczba punktów sprzedaży	Nowo otwarte punkty	Nowa powierzchnia	Razem	Razem
	1 półrocze 2006	handlowa 1 półrocze 2006	punkty sprzedaży 30-cze-06	powierzchnia handlowa 30-cze-06
EMPiK sklepy	2	1 516	77	42 041
SMYK	2	1 882	35	29 573
Galeria Centrum	1	960	13	31 940
Ultimate Fashion	5	1 000	41	7 485
Razem sklepy	10	5 358	166	111 039
EMPiK Laby	-	-	35	
LSP*	3	-	58	
Razem punkty sprzedaży	13	5 358	259	
Zara Polska	2	2 657	13	17 878

* liczba szkół włączając oddziały

Najistotniejsze wydarzenia

- Łączne przychody netto Grupy, wyłączając spółkę Zara Polska (wcześniej Young Fashion), wzrosły w pierwszej połowie roku 2006 o 17,3% do 552,6 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 471,1 mln złotych).
- Zysk operacyjny wzrósł o 409,4% w pierwszym półroczu 2006 r. do 12,1 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 2,4 mln złotych).
- Zysk netto w pierwszej połowie roku 2006 wyniósł 7,8 mln złotych w stosunku do straty 2,0 mln złotych w analogicznym okresie roku ubiegłego.
- Grupa poniosła wydatki inwestycyjne na nowe sklepy w wysokości 22,7 mln złotych, otwierając 13 nowych punktów detalicznych i usługowych (włączając 3 szkoły Speak Up) i powiększając łączną powierzchnię handlową o 5 358 m².
- Dalszy znaczący wzrost przychodów odnotowała spółka Smyk, której przychody wzrosły do 92,4 mln złotych (1 półrocze 2005 r. – 61,5 mln złotych). W omawianym okresie Smyk powiększył sieć sklepów o 2 nowe, w tym pilotażowy sklep w Berlinie. Obecnie sieć liczy 35 sklepów.
- Na koniec czerwca 2006r. zadłużenie netto (tj. zobowiązania finansowe pomniejszone o stan środków pieniężnych i ich ekwiwalentów) wyniosło 82,0 mln złotych (na koniec 2005 r. – stan środków pieniężnych netto wyniósł 18,3 mln złotych). Taki stan jest zgodny z oczekiwaniami Grupy ponieważ odzwierciedla sezonowy charakter jej działalności.

Niniejsze „Sprawozdanie zarządu z działalności Grupy NFI EMPIK Media & Fashion” powinno być czytane w powiązaniu ze śródrocznym skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2006 r..

Struktura Grupy

Skonsolidowane śródroczne sprawozdanie finansowe obejmuje następujące spółki:

Nazwa	Kraj	Działalność	30 czerwca 2006 r. %	31 grudnia 2005 r. %
East Services S.A.	Szwajcaria	Handel hurtowy wybranymi kosmetykami i odzieżą sportową	100	100
EMPiK Sp. z o.o.	Polska	Sieć sprzedaży detalicznej książek, prasy i multimediów, punkty fotograficzne i szkoły językowe	100	100
EMPiK Technologies Sp. z o.o. ¹	Polska	Handel detaliczny produktami informatycznymi	100	100
EMPiK Comfort Media Sp. z o.o. ¹	Polska	Wydawca pisma „EMPiK News”	82	82
Optimum Distribution Sp. z o.o.	Polska	Obrót hurtowy wybranymi kosmetykami, produktami optycznymi i odzieżą sportową w Polsce	100	100
Optimum Distribution CZ&SK sro	Czechy	Obrót hurtowy wybranymi kosmetykami, produktami optycznymi i odzieżą sportową w Czechach i na Słowacji	100	100
Galeria Centrum Sp. z o.o.	Polska	Sieć wyspecjalizowanych domów towarowych	100	100
Ultimate Fashion Sp. z o.o.	Polska	Sieć franszyzy Wallis, Esprit, River Island, itd.	100	100
Smyk Sp. z o.o.	Polska	Sieć domów towarowych z produktami dziecięcymi	100	100
Licomp EMPiK Media Sp. z o.o.	Polska	Dystrybutor interaktywnego oprogramowania rozrywkowego	100	100
Polperfect Sp. z o.o. ¹	Polska	Dystrybutor prasy polskiej i międzynarodowej	94	94
Learning Systems Poland Sp. z o.o. ¹	Polska	Obsługa szkół językowych	71.5	71.5
LSP Master Sp. z o.o. ³	Polska	Właściciel licencji na zintegrowany system zarządzania szkołami i nauczania języków	100	100
EMF Investment Project Sp. z o.o.	Polska	Jednostka inwestycyjnego przeznaczenia posiadająca 48,33% w HDS WP Sp. z o.o.	100	100
Jednostki stowarzyszone: HDS WP Sp. z o.o. ⁴	Polska	Spółka nieoperacyjna	48.33	48.33
Zara Polska Sp. z o.o. ²	Polska	Sieć franszyzy Zara	20	20

1. Jednostki zależne spółki EMPiK Sp. z o.o.

2. Z powodu sprzedaży udziału większościowego w sierpniu 2005 r. jako jednostki stowarzyszonej (wcześniej spółka działała pod nazwą Young Fashion Sp. z o.o.)

3. Jednostka zależna spółki Learning Systems Poland Sp. z o.o.

4. Grupa posiada opcję na zwiększenie swojego udziału do 85%.

Jednostka dominująca NFI EMPiK Media & Fashion S.A. została zawiązana jako Narodowy Fundusz Inwestycyjny.

1. Uwarunkowania ekonomiczne i tendencje rynkowe

1.1 Wzorce zachowań i wydatków konsumentów

Zgodnie z prognozami Ministerstwa Finansów realny wzrost PKB w pierwszym półroczu 2006 roku wyniósł 5,2%. Sprzedaż detaliczna w pierwszym półroczu 2006 roku, wg informacji GUS, wzrosła o 10,5% (a w przedsiębiorstwach zaliczonych do grupy „pozostałe” wg klasyfikacji GUS, do której należy działalność detaliczna Grupy, zanotowano wzrost sprzedaży o 8,0% w porównaniu do spadku 7,4% w 2005r.).

Zarówno prognozy rządowe, jak i Komisji Europejskiej, przewidują wzrost PKB w 2006 roku o około 4,5%. Czynniki ten w połączeniu z niską inflacją i spadkiem bezrobocia (na 30 czerwca 2006 bezrobocie wynosiło 16%, co oznacza spadek o 2,6% w stosunku do poprzedniego roku) powinien korzystnie wpłynąć na otoczenie makroekonomiczne, w którym działa Grupa.

1.2 Rozwój centrów i sieci handlowych

W ciągu najbliższych kilku lat w Polsce spodziewany jest największy w Europie rozwój centrów handlowych. Dzięki swojej pozycji, Grupa będzie mogła uczestniczyć w korzyściach wynikających z panującego trendu.

Jak podano na początku roku, Grupa zamierza otworzyć w 2006 roku od 50 do 60 nowych sklepów o łącznej powierzchni handlowej sięgającej między 25 000 a 30 000 m². Nowe sklepy, po ich otwarciu, powinny znacząco przyczynić się do wzrostu przychodów Grupy w dalszej części tego roku. Zatem ostateczne przychody ze sprzedaży Grupy mogą być uwarunkowane terminowymi otwarciem nowych centrów handlowych. Na dzień 30 czerwca 2006 roku Grupa otworzyła 10 nowych sklepów o łącznej nowej powierzchni handlowej 5 358 m² i 3 szkoły Speak Up. W drugiej połowie roku 2006 Grupa oczekuje otwarcia ponad 30 kolejnych nowych sklepów, co jest liczbą niższą od planowanej z powodu opóźnień w otwieraniu centrów handlowych znajdujących się poza kontrolą Grupy.

1.3 Wpływ walut obcych na działalność spółki.

Około 40% zakupów towarów przez Grupę jest dokonywane w walutach obcych, przede wszystkim w EUR oraz USD. Ponadto znacząca część kosztów budynków jest denominowana w EUR. Na dzień 30 czerwca 2006 r. kurs EUR/PLN wynosił 4,04 (31 grudnia 2005 r. – 3,86), podczas gdy kurs USD/PLN wynosił 3,18 (31 grudnia 2005 r. – 3,26).

Grupa podjęła kroki w celu zabezpieczenia swojej pozycji walutowej w trakcie 2006 roku.

1.4 Zarządzanie ryzykiem finansowym

(1) Czynniki ryzyka finansowego

Działalność Grupy NFI EMPiK Media & Fashion jest narażona na wiele różnych zagrożeń finansowych, w tym ryzyko związane ze zmianami kursów walutowych i stóp procentowych. Ogólny program Grupy NFI EMPiK Media & Fashion dotyczący zarządzania ryzykiem związany jest głównie z nieprzewidywalnością rynków finansowych oraz stara się minimalizować potencjalne niekorzystne wpływy na wyniki finansowe Grupy NFI EMPiK Media & Fashion. Od końca roku 2004 Grupa NFI EMPiK Media & Fashion rozpoczęła stosowanie pochodnych instrumentów finansowych, np. terminowe kontrakty walutowe, w celu zabezpieczenia się przed ryzykiem walutowym.

(i) Ryzyko zmiany kursu walut

Grupa NFI EMPiK Media & Fashion jest narażona na ryzyko zmiany kursów walut, głównie w odniesieniu do dolara amerykańskiego, euro, korony czeskiej, funta szterlinga. Grupa rozpoczęła stosowanie terminowych kontraktów walutowych, w celu zabezpieczenia swojej pozycji walutowej w odniesieniu do zobowiązań wynikających z umów najmu, leasingu finansowego oraz przewidywanych zakupów towarów.

(ii) Ryzyko zmiany stóp procentowych

Przychody Grupy NFI EMPiK Media & Fashion i jej operacyjne przepływy pieniężne są w dużej mierze niezależne od zmian rynkowych stóp procentowych. Oprocentowanie umów leasingu finansowego jest stałe i ustalane jest w momencie zawarcia umowy.

(iii) Ryzyko kredytowe

W Grupie NFI EMPiK Media & Fashion nie występuje znaczna koncentracja ryzyka kredytowego. W odniesieniu do sprzedaży hurtowej zostały stworzone odpowiednie procedury i zasady zapewniające, iż realizowana sprzedaż hurtowa produktów odbywa się na rzecz klientów posiadających odpowiednią historię spłat zobowiązań. Sprzedaż na rzecz klientów detalicznych jest realizowana gotówkowo lub przy wykorzystaniu uznanych kart płatniczych.

(iv) Ryzyko braku płynności

Ostrożne zarządzanie ryzykiem utraty płynności zakłada utrzymywanie odpowiedniego poziomu środków pieniężnych, dostępność finansowania dzięki wystarczającej kwocie przyznanych instrumentów kredytowych oraz wykorzystywanie warunków płatności oferowanych przez dostawców. Ze względu na dynamiczny charakter prowadzonej działalności, Grupa NFI EMPiK Media & Fashion zamierza zachować elastyczność finansowania poprzez zapewnienie dostępu do linii kredytowych.

Ze względu na sezonowość działalności (patrz sekcja 3.5) Grupa wykorzystuje środki pieniężne wypracowane na koniec roku do rozliczania się z dostawcami w ciągu pierwszego półrocza. Grupa posiada instrumenty, przy pomocy których może budować bazę zapasów pod koniec trzeciego i na początek czwartego kwartału w przygotowaniu na świąteczny okres zakupów.

(2) Pochodne instrumenty finansowe i zabezpieczenia

Pochodne instrumenty finansowe ujmuje się początkowo według wartości godziwej na dzień zawarcia kontraktu terminowego, a następnie aktualizuje się ich wycenę do poziomu aktualnej wartości godziwej. Metoda ujmowania powstających przy tym zysków i strat zależy od tego, czy instrument pochodny uznany został za instrument zabezpieczający, a jeżeli tak, od charakteru pozycji zabezpieczanej. Z dniem zawarcia kontraktu na instrument pochodny, Grupa uznaje niektóre instrumenty pochodne za (1) zabezpieczenia wartości godziwej ujętych aktywów czy zobowiązań albo (2) zabezpieczenia wysoce prawdopodobnych planowanych transakcji (zabezpieczenia przepływów pieniężnych).

Przy zawieraniu transakcji Grupa dokumentuje związek pomiędzy instrumentami zabezpieczającymi a pozycjami zabezpieczanymi, a także cel zarządzania ryzykiem i strategię związaną z zawieraniem rozmaitych transakcji zabezpieczających. Proces ten obejmuje powiązanie wszelkich instrumentów pochodnych sklasyfikowanych jako zabezpieczenia do poszczególnych aktywów i pasywów lub poszczególnych wiążących umów lub prognozowanych transakcji. Grupa dokumentuje również swoją ocenę, zarówno na dzień rozpoczęcia zabezpieczenia, jak i na bieżąco, tego, czy instrumenty pochodne wykorzystywane w transakcjach zabezpieczających są wysoce skuteczne w kompensowaniu zmian wartości godziwej lub przepływów pieniężnych zabezpieczonych pozycji.

2. Transakcje zbycia, przejęcia i nowe przedsięwzięcia

W pierwszym półroczu 2006 nie wystąpiły żadne zbycia ani przejęcia spółek. Rozwój działalności koncentrował się, między innymi, wokół otwarć nowych sklepów, włączając w to pilotażowy sklep Smyka w Berlinie, Niemcy, jak również otwarć sklepów Ulimat Fashion w odniesieniu do nabytych w 2005 r. nowych kontraktów franszizowych.

3. Wynik finansowy Grupy w okresie

3.1 Rozwój sprzedaży

Łączne przychody netto ze sprzedaży, wyłączając Zara Polska, wzrosły w pierwszej połowie 2006 r. o 17,3% do 552,6 mln złotych (w porównaniu do 471,1 mln złotych w I półroczu 2005 r.).

Łączne przychody ze sprzedaży wzrosły w pierwszej połowie 2006 r. o 6,0%, w porównaniu z rokiem ubiegłym, do wysokości 552,6 mln złotych (w I połowie 2005 r. – 521,1 mln złotych). Należy zauważyć, że w III kwartale 2005 r. Grupa zbyła znaczącą część udziałów w spółce Zara Polska, przez co przychody ze sprzedaży Zara Polska nie były konsolidowane przez Grupę w I półroczu 2006 r., podczas gdy wyniki za pierwsze półrocze 2005 r. zawierają sprzedaż wygenerowaną przez Zara Polska w wysokości 50,0 mln złotych.

Ogółem, przychody ze sprzedaży detalicznej w I półroczu 2006 r. wzrosły o 6,4% w porównaniu z rokiem 2005 (a o 20,5% wyłączając Zara Polska).

Przychody z działalności hurtowej w porównaniu do pierwszego półrocza roku poprzedniego spadły o 6,8%, na co złożyły się po części: przejściowy spadek sprzedaży kosmetyków do

jednego z istotnych odbiorców oraz podjęcie decyzji przez Bausch&Lomb o wycofaniu z rynków jednego z płynów do soczewek kontaktowych.

Przychody ze sprzedaży szkół językowych (spółki Learning Systems Poland Sp. z o.o.) wzrosły o 47,5%, ze względu na połączenie szkół Orange (obecnie Speak Up) z SJO EMPiK, które miało miejsce w III kwartale 2005r.

3.2 Kształtowanie marży brutto

Zarząd, dla potrzeb oceny działalności finansowej i operacyjnej Grupy, monitoruje marżę brutto generowaną przez poszczególne jednostki operacyjne. Przez marżę brutto rozumie się różnicę pomiędzy przychodami ze sprzedaży a kosztami zakupu towarów i materiałów powiększonymi o odpowiednie cła i opłaty, jak również opłaty franszyzowe i licencyjne, niedobory towarów, zmianę wartości rezerwy na towary wolno rotujące, o koszty transportu w przypadku handlu hurtowego oraz o koszty wynagrodzeń lektorów oraz podręczników w przypadku szkół językowych. Tak ustaloną marżę odnosi się następnie jako % do przychodów ze sprzedaży.

Marża brutto w I półroczu 2006 r. wyniosła 41,6% i wzrosła o 1,8 punktu procentowego (39,8% w I półroczu 2005 r., lub 39,2% po wyłączeniu Zara Polska z wyników I półrocza 2005 r.)

Następujące czynniki miały istotny wpływ na ukształtowanie się marży brutto:

- Efektywniejsze zarządzanie sezonowymi wyprzedażami w sektorze odzieżowym w pierwszym kwartale 2006 r. w porównaniu do analogicznego okresu roku 2005, które doprowadziło do redukcji kosztów wyprzedaży. Na przykład marża Ultimate Fashion Sp. z o.o. w styczniu i lutym 2006 r. wyniosła 35,4% w porównaniu do 31,7% w porównywalnym okresie roku ubiegłym.
- Kontynuacja zmiany źródeł zaopatrzenia zagranicą. Grupa - a w szczególności Smyk Sp. z o.o. i Galeria Centrum Sp. z o.o. - powiększała import towarów głównie z Turcji i Chin (ograniczając tym samym zakupy w Polsce i innych krajach UE) w celu uzyskania korzyści z tytułu tracącego na wartości USD, jak również korzyści z tytułu silnej konkurencji cenowej.
- Korzystniejsze warunki zakupu z uwagi na wzrost wolumenu sprzedaży oraz rosnący udział w rynku we wszystkich segmentach Grupy.

3.3 Kształtowanie poziomu kosztów

Koszty operacyjne Grupy wzrosły współmiernie do wzrostu sprzedaży i otwarć nowych punktów. Koszty wynagrodzeń wzrosły o 18,5% do 99,2 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 83,7 mln złotych), po części ze względu na otwarcia nowych sklepów. Ponadto w kosztach wynagrodzeń ujęto koszt programu wynagrodzeń w formie akcji w wysokości 1,9 mln złotych. Z kolei koszty budynków wzrosły o 7,5% do 65,3 mln złotych w związku z otwieraniem nowych punktów detalicznych i usługowych od czerwca 2005 r. oraz trzynastu nowych punktów w pierwszej połowie 2006 r., który to wzrost został częściowo skompensowany przez obniżki kosztów najmu, jak wyjaśniono poniżej.

W pierwszym półroczu 2006 r. Grupa odnotowała pozostałe przychody netto w wysokości 12,0 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – strata w wysokości 0,7 mln złotych). Na przychody te składała się: aktualizacja wyceny należności od Sephora S.A., przeszacowanie wartości opcji sprzedaży udziałów w Zara Polska oraz zysk z przeszacowania wartości godziwej udziałów w *Coffeeheaven international plc* od dnia 31 grudnia 2005 r.

Wydatki na marketing w pierwszym półroczu wzrosły o 5,6% do 19,9 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 18,8 mln złotych) z uwagi na zwiększone wydatki promocyjne Ultimate Fashion Sp. z o.o. poniesione na nowe marki franszysowe oraz z uwagi na uwzględnianie w wynikach szkół Speak Up od III kwartału 2005r. (wydatki marketingowe w szkołach językowych są z reguły zasadniczo wyższe niż w pozostałej działalności detalicznej Grupy). W pozycji „Pozostałe koszty operacyjne” zostały także ujęte opłaty za zarządzanie, które zmniejszyły się do poziomu 233 tys. złotych z 3,0 mln złotych w pierwszej połowie 2005 r.

Wzrost obciążeń z tytułu amortyzacji do 18,0 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 15,3 mln złotych) wiąże się otwarciem nowych punktów detalicznych i usługowych które miały miejsce po I półroczu roku 2005.

3.4 Wynik finansowy netto za I półrocze 2006

Zysk netto wyniósł w pierwszym półroczu, zakończonym 30 czerwca 2006 r., 7,8 mln złotych w porównaniu do straty 2,0 mln złotych wykazanych w porównywalnym okresie roku ubiegłego.

Stało się tak pomimo wzrostu kosztów finansowych z 2,0 mln zł w pierwszej połowie 2005 roku do 5,5 mln zł w pierwszej połowie 2006 r., głównie ze względu na wzrost kosztów obligacji średnioterminowych, wzrost kosztów pożyczek i leasingu finansowego oraz niższe przychody z tytułu odsetek w związku z zarządzaniem kapitałem obrotowym. Oba zadłużenia finansują rozwój sieci detalicznej i usługowej Grupy.

Ponadto, Grupa wykazała swój udział w zysku netto jednostki stowarzyszonej Zara Polska, w wysokości 2,0 mln zł. w pierwszym półroczu 2006 r. Jak podano wcześniej, w III kwartale 2005 r. Grupa zbyła znaczącą część udziałów w spółce, i do tego momentu konsolidowała w całości wyniki Zara Polska, także przez I półrocze 2005 r.

Koszty podatkowe wykazane w pierwszym półroczu 2006 roku wyniosły 2,0 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 2,5 mln złotych). Niższa efektywna stopa opodatkowania wynika z faktu, że niektóre przychody nie podlegają opodatkowaniu, ze względu na posiadany przez NFI EMF status narodowego funduszu inwestycyjnego oraz ze względu na znaczne straty podatkowe NFI EMF z lat ubiegłych.

3.5 Sezonowość

Należy zaznaczyć, że z uwagi na specyfikę branży, w której działa Grupa znacząca część rocznych przychodów i przepływów pieniężnych Grupy generowana jest w ostatnim kwartale roku, tj. od października do grudnia. W 2005 roku sprzedaż w segmentach „Moda i Uroda” oraz „Media i Rozrywka” wygenerowana w ostatnim kwartale roku, wyniosła odpowiednio: 30,2% (w 2004 r. – 33,5%) oraz 37,1% (w 2004 r. – 34,7%) przychodów rocznych segmentów.

Z uwagi na to, że znacząca część przychodów ze sprzedaży generowana jest w czwartym kwartale roku (głównie w grudniu), podobnie jak najwyższe marże osiągane są w tym okresie, przy równoczesnym stabilnym poziomie większości kosztów operacyjnych duża część rocznego zysku operacyjnego Grupy z podstawowej działalności generowana jest w ostatnim kwartale roku kalendarzowego.

Zwyczajowo niższe przychody ze sprzedaży w pierwszym półroczu wiążą się z przeprowadzaniem wyprzedaży sezonowych (styczeń /luty oraz częściowo czerwiec), osłabionym popytem, typowym w okresie poświątecznym oraz zwyczajowo słabszymi wynikami w sezonie wiosna/lato w porównaniu do sezonu jesień/zima.

4. Zysk na akcje

Zysk na akcję liczony jest w oparciu o wynik finansowy wykazany w śródrocznym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym.

5. Zatrudnienie

Średnia liczba zatrudnionych w Grupie wzrosła do 3 875 w pierwszej połowie 2006 r. z 3 537 wykazanych w analogicznym okresie roku 2005, w wyniku wyłączenia liczby pracowników Zara Polska, uwzględnionej w pierwszym kwartale 2005 r., co zostało zrównoważone poprzez zatrudnienie personelu w nowych sklepach spółek zależnych, jak również przejęcie pracowników spółki LSP w trzecim kwartale 2005 r. Wyłączając pracowników Zara Polska z pierwszej połowy 2005 r., liczba zatrudnionych w Grupie wzrosła w pierwszej połowie 2006 r. o 18,4%, szczególnie w związku ze wzrostem liczby pracowników w spółce Smyk o 40,9%.

Wynagrodzenie zarządu w formie akcji

Opcje na akcje przydzielono Prezesowi Zarządu („Posiadacz Opcji”) 23 listopada 2005 r. na nabycie wyemitowanych akcji Spółki w postaci warrantów subskrypcyjnych. Posiadacz Opcji ma prawo złożyć subskrypcję na imienne warranty subskrypcyjne serii A, B, C i D. Każdy warrant uprawnia daną osobę do zapisu na 150.000 akcji po kursie wykonania w wysokości nominalnej wartości akcji (0,1 zł za akcję). Warranty subskrypcyjne serii A zostaną zrealizowane w styczniu 2006. Inne warranty można zrealizować w całości lub w części następująco:

Seria B	styczeń 2007 r.
Seria C	styczeń 2008 r.
Seria D	styczeń 2009 r.

Realizacja każdego warrantu zależy od tego, czy Posiadacz Opcji będzie nadal świadczył usługi Spółce na dzień wykonania warrantu. Ponadto, za lata od 2006 do 2009 dana osoba będzie miała prawo do zapisania się do 600.000 warrantów subskrypcyjnych serii E. Każdy warrant uprawnia daną osobę do zapisów na jedną akcję po cenie wykonania określonej powyżej. Liczba warrantów w danym roku będzie ustalana w odniesieniu do wyliczenia opartego na uzyskaniu przez Spółkę wyższego zwrotu z kapitału (ROE). NFI EMPiK Media & Fashion S.A. wyemituje 37.500 akcji na każdy 1% wzrost ROE.

Wartość godziwa opcji przyznanej w danym okresie, ustalona z zastosowaniem modelu wyceny Blacka-Scholesa, wynosiła pomiędzy 6,4003 a 6,4145 zł. Istotnymi danymi wejściowymi do modelu były: cena akcji w wysokości 6,50 zł na dzień przyznania, cena wykonania podana powyżej, odchylenie standardowe od przewidywanego zwrotu z ceny akcji w wysokości 45,23%, czas obowiązywania opcji przedstawiony powyżej, roczne stopy procentowe wolne od ryzyka w wysokości od 4,51% do 5,06% oraz oszacowania zarządu dotyczące prawdopodobieństwa otrzymania warrantów subskrypcyjnych serii E. Mierzona odchyleniem standardowym zmienność oczekiwanej ceny akcji oparta jest na analizie statystycznej codziennych cen akcji w sześciomiesięcznym okresie 2005 r.

W okresie sześciu miesięcy zakończonych 30 czerwca 2006 r., Grupa poniosła koszt związany z programem akcji pracowniczych w kwocie 1.866 tys. zł (w I półroczu 2005 r. – 0).

Akcje w rękach zarządu

W dniu 31 stycznia 2006 r. Jonquille Investments Limited z siedzibą na Cyprze, będąca w 100% własnością pana Macieja Dyjasa, Prezesa Zarządu NFI EMPiK Media & Fashion S.A., skorzystała z prawa do subskrypcji akcji serii B i dokonała subskrypcji na 150.000 akcji zwykłych serii B (wpływy w wysokości PLN 15 tysięcy).

W kwietniu 2006 r. pan Maciej Dyjas sprzedał 323.853 akcji po PLN 11,30 za jedną akcję, co daje łączną kwotę PLN 3.659.539.

W dniu 27 czerwca 2006 r. Jonquille Investments Limited zrealizowała prawa do subskrypcji akcji serii E i dokonała subskrypcji na 110.625 akcji zwykłych serii B (wpływy w wysokości PLN 11 tysięcy).

Pan Maciej Dyjas poprzez spółkę Jonquille Investments Limited posiada 260.625 akcji, co stanowi 2,6% kapitału podstawowego NFI EMPiK Media & Fashion S.A.

Zarząd i Rada Nadzorcza

Członkami Rady Nadzorczej byli:

Alicja Kornasiewicz
Mark Burch
Peter Kadletz
Tomasz Chenczke
William Brooksbank

W 1 półroczu 2006 nie było zmian w składzie Zarządu i Rady Nadzorczej.

6. Wyniki działalności segmentów

PLN' 000	6 miesięcy 2006	6 miesięcy 2005	Wzrost %
Przychody ze sprzedaży	552 584	521 098	+6,0%
wyłączając Zara Polska	552 584	471 059	+17,3%
Moda i Uroda	181 979	220 504	-17,5%
wyłączając Zara Polska	181 979	170 465	+6,8%
Media Rozrywka	370 605	300 594	+23,3%
EBITDA*	30 120	17 727	+69,9%
Moda i Uroda'	2 469	5 642	-56,2%
Media Rozrywka	23 367	13 260	+76,2%
Inne	4 284	-1 175	+464,6%
Zysk/(strata) z działalności operacyjnej	12 138	2 383	+409,4%
Moda i Uroda	-2 184	-624	-250,0%
Media i Rozrywka'	10 099	4 207	+140,0%
Inne	4 223	-1 200	+451,9%
Zysk/(strata) netto	7 827	-2 042	+483,3%

* EBITDA (czyli zysk przed odsetkami, opodatkowaniem i amortyzacją) definiuje się jako zysk/(stratę) netto z działalności kontynuowanej, zgodnie z jej definicją w MSSF, przed amortyzacją, odpisami z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych, przychodami finansowymi, kosztami finansowymi (innymi pozycjami) i podatkiem dochodowym. Zarząd jest zdania, że EBITDA i związane z nim mierniki przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej stanowią użyteczne uzupełniające wskaźniki finansowe służące pomiarowi wyników operacyjnych Grupy i jej operacyjnych jednostek zależnych. EBITDA nie jest miernikiem z zakresu MSSF i nie należy traktować go jako alternatywy dla mierników zysków/(strat) określonych przez MSSF, ani jako wskaźnika wyników operacyjnych czy miernika przepływów środków pieniężnych z działalności operacyjnej zgodnego z MSSF, bądź wskaźnika płynności. Tym niemniej, prezentacja EBITDA pomaga inwestorom w prześledzeniu wyników działalności w kolejnych okresach. Jest to dodatkowo jeden z głównych wskaźników, jakie Grupa stosuje przy planowaniu i prowadzeniu swojej działalności. Należy zauważyć, że EBITDA nie jest formalnym ani standardowym miernikiem, a w związku z tym jego wyliczenie może znacznie różnić się w różnych spółkach, a więc sam w sobie nie stanowi od podstawy do dokonywania porównań z innymi spółkami.

Moda i Uroda

Sprzedaż w segmencie Moda & Uroda w pierwszym półroczu 2006 r., po wyłączeniu przychodów Zara Polska w roku 2005, wzrosła o 6,8% do 182,0 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 170,5 mln złotych).

Zgodnie z informacją Zarządu, sprzedaż Galerii Centrum w pierwszej połowie 2006 roku wzrosła o 5,0%, w porównaniu z pierwszym półroczem 2005 r. W czerwcu 2006 roku Galeria Centrum Sp. z o.o. otworzyła w łódzkiej Manufakturze swój nowy koncept sklepu, specjalizujący się w sprzedaży kosmetyków, akcesoriów i bielizny, pod nazwą Kosmeteria o powierzchni 960 m².

Należy odnotować, iż część sprzedaży Galerii Centrum wykazywana jest w sprawozdaniach finansowych jako sprzedaż komisowa, tzn. w przychodach ze sprzedaży ujmowana jest jedynie uzyskiwana marża, a nie wartość sprzedaży brutto. Dzieje się tak, ponieważ w niektórych przypadkach Galeria Centrum Sp. z o.o. występuje jako agent/pośrednik sprzedaży w stosunku do dostawcy. W pierwszym półroczu 2006 r. tego typu sprzedaż osiągnęła

wartość 4,6 mln złotych. Na dzień 30 czerwca 2006 r. Galeria Centrum Sp. z o.o. miała 13 sklepów.

Sprzedaż Ultimate Fashion wzrosła o 58,8% do 32,9 mln złotych (w 2005 r. – 20,7 mln złotych). Sprzedaż w dotychczasowych sklepach (zdefiniowana jako sprzedaż pochodząca ze wszystkich sklepów poza otwartymi w omawianym okresie) wyniosła 31,6 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 20,7 mln złotych), co oznacza wzrost o 52,6%. Pięć nowo otwartych sklepów (w tym pierwszy sklep marki BOSS) w pierwszej połowie 2006 r. w łódzkiej Manufakturze wygenerowało 1,3 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 0). Należy odnotować, że część sprzedaży Ultimate Fashion Sp. z o.o. w sprawozdaniach finansowych jest traktowana jako sprzedaż komisowa tzn. w przychodach ze sprzedaży jest ujmowana jedynie marża realizowana przez Ultimate Fashion Sp. z o.o. Dzieje się tak, ponieważ w niektórych przypadkach UF występuje jako agent/pośrednik sprzedaży w stosunku do franszysodawcy. Około 3,1 mln złotych (sprzedaż całkowita) takiej sprzedaży zostało wygenerowanych w pierwszym półroczu 2006 r. (w 2005 r. – 0). W omawianym okresie spółka Ultimate Fashion Sp. z o.o. zamknęła 2 sklepy marki Evita Peroni. Na dzień 30 czerwca 2006 r. Ultimate Fashion Sp. z o.o. miała 41 sklepów.

W pierwszej połowie 2006 r. Zara Polska, w której Grupa posiada udziały, otworzyła 2 nowe sklepy w łódzkiej Manufakturze i warszawskiej Galerii Mokotów. Jak wykazano powyżej, Grupa zaksięgowała udział w zysku netto Zara Polska w wysokości 2,0 mln złotych (w 2005 r. – 0). Wyłącznie dla celów zilustrowania wzrostu przychodów ze sprzedaży Zara Polska w porównywalnym okresie - Zara Polska wygenerowała w pierwszym półroczu 2006 r. sprzedaż 89,5 mln złotych, a w porównywalnym okresie 2005 r. - 50,0 mln złotych. Na dzień 30 czerwca 2006 r. Zara Poland miała 13 sklepów.

Sprzedaż Optimum Distribution Polska w pierwszej połowie 2006 r. spadła o 7,3% do 40,4 mln złotych (w porównywalnym okresie 2005 r. – 43,5 mln złotych), na co złożyły się: przejściowy spadek sprzedaży kosmetyków do znaczącej sieci handlowej, jak również zmniejszenie zamówień na produkty optyczne marki Bausch & Lomb, spowodowane wycofaniem ze sprzedaży niektórych produktów tej marki.

Sprzedaż Optimum Distribution CZ&SK w pierwszej połowie 2006 r. spadła o 6,8% do 21,1 mln złotych (w pierwszej połowie 2005 r. – 22,6 mln złotych), na co złożyły się: przejściowy spadek sprzedaży kosmetyków istotnych klientów sieciowych, jak również zmniejszenie zamówień na produkty optyczne marki Bausch & Lomb, spowodowane wycofaniem ze sprzedaży niektórych produktów tej marki.

W pierwszej połowie 2006 r., EBITDA dla tego segmentu wyniosła 2,5 mln złotych (w roku 2005 – 5,6 mln złotych), a strata z działalności operacyjnej tego segmentu wyniosła 2,2 mln złotych (w porównaniu ze stratą w wysokości 0,6 mln złotych wykazaną w pierwszej połowie roku 2005). Udział Zara Polska w wyniku EBITDA w pierwszej połowie 2005 r. wyniósł 6,0 mln złotych (wartość dodatnia), i jego brak w omawianym okresie ma w dużej mierze wpływ na wzrost ujemnej EBITDA w tym segmencie.

Ultimate Fashion Sp. z o.o. poniosła w pierwszej połowie roku wydatki związane z otwarciem pięciu nowych sklepów w łódzkiej Manufakturze, otwartych w połowie maja br.

W omawianym okresie, w Galerii Centrum ujemna EBITDA wyniosła – 280 tys. złotych (w I półroczu 2005 r. – 5,5 mln złotych ujemna EBITDA), a strata netto – 3,6 mln złotych (w I

półroczu 2005 r. – strata netto 9,4 mln złotych). Z uwagi na bardzo dobre wyniki wyprzedaży sezonowych w styczniu i w lutym, firma obniżyła rezerwę na zapasy o 938 tys. złotych. Dodatkowo, w związku z renegocjacją umów najmu na sklepy w Gdańsku i Wrocławiu oraz planowanemu zakończeniu tych najmów, koszty budynków w pierwszej połowie 2006 r. zostały pomniejszone o 1,2 mln złotych. Równocześnie spółka utworzyła rezerwę w wysokości 0,6 mln złotych w związku z zakończeniem umów najmu sklepów.

Ujemna EBITDA oraz strata operacyjna netto w omawianym okresie są typowe dla segmentu Moda i Uroda, gdyż wpływa na nie zwyczajowy okres posezonowych przecen i wyprzedaży kolekcji jesienno-zimowych w styczniu i w lutym. Marże brutto w tych miesiącach spadają o 15-20% w porównaniu do osiąganych w pełni sezonu. Stąd negatywne wyniki dla tego segmentu zwyczajowo pojawiają się w pierwszym kwartale roku. Średni poziom sprzedaży i zysków w sezonie wiosna/lato jest zwyczajowo niższy niż w sezonie jesień/zima. Ponadto sezonowe wyprzedaże letnie, rozpoczynające się w czerwcu także przyczyniają się do obniżenia marż osiąganych w tym miesiącu.

Media i Rozrywka

Sprzedaż segmentu Media & Rozrywka wzrosła w pierwszej połowie 2006 r. o 23,3% do 370,6 mln złotych (300,6 mln złotych w I półroczu 2005 r.).

Zgodnie z informacją Zarządu, przychody ze sprzedaży EMPiK Sp. z o.o. (po wyłączeniu sprzedaży szkół języków obcych EMPiK w I półroczu 2005 r.), wzrosła o 14,3 % do 239,2 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 209,3 mln złotych). Sprzedaż salonów EMPiK wzrosła o 14,1 % do 237,0 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 207,7 mln złotych). Sprzedaż sklepów otwartych do 2005 r. wzrosła w pierwszej połowie 2006 r. o 11,7% do 231,7 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 207,4 mln złotych). Nowo otwarte sklepy w CH Janki w Warszawie i w łódzkiej Manufakturze uzyskały 2,1 mln złotych ze sprzedaży (w I półroczu 2005 r. – 0). EMPiK zamknął w omawianym okresie 4 punkty EMPiK Foto, przy tym nie poniósł w związku z tym znaczących kosztów.

Sprzedaż Learning Systems Poland Sp. z o.o. wyniosła 34,3 mln złotych (w I półroczu 2005 r. sprzedaż szkół, uwzględniona w całkowitych przychodach ze sprzedaży w EMPiK wyniosła 23,2 mln złotych). Średnia liczba słuchaczy wyniosła w pierwszej połowie 2006 r. 22.722 (w I półroczu 2005 r. – 18.781), co oznacza wzrost o 21,0%. Należy odnotować, że wyniki za I półrocze 2005 r. ujmowały jedynie sprzedaż SJO EMPiK Sp. z o.o., które zostały wniesione do Learning Systems Poland Sp. z o.o. (wówczas operatora The Orange School, obecnie przemianowanych na Speak Up) we wrześniu 2005 r. Wyniki za pierwsze półrocze 2006 r. odzwierciedlają łączne wyniki obu sieci szkół i nie są wprost porównywalne z poprzednim okresem.

Łączna sprzedaż Smyk wzrosła w pierwszej połowie 2006 r. o 50,3% do 92,4 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 61,5 mln złotych). Sprzedaż sklepów otwartych do końca 2005 r. wzrosła w pierwszej połowie 2006 r. o 45,9% do 89,7 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 61,5 mln złotych). W pierwszej połowie 2006 r. spółka otworzyła pierwszy sklep w Niemczech oraz w maju 2006 r. kolejny sklep w łódzkiej Manufakturze. Nowo otwarte sklepy w pierwszej połowie 2006 r. uzyskały 2,6 mln złotych ze sprzedaży (w 2005 r. – 0). Ponadto spółka zamknęła w omawianym okresie sklep przy ulicy Marszałkowskiej, nie ponosząc przy tym znaczących kosztów.

W pierwszej połowie 2006 r. EMPiK Sp. z o.o. i Smyk otworzyły po dwa nowe sklepy, odpowiednio w: CH Janki/Warszawa i w CH Manufaktura/Łódź oraz w Berlinie/Niemcy i w CH Manufaktura/Łódź. Na dzień 30 czerwca 2006 r. EMPiK Sp. z o.o. posiadał 77 salonów oraz 35 laboratoriów fotograficznych, a Smyk Sp. z o.o. 35 sklepów, a Learning Systems Poland Sp. z o.o. 58 szkół językowych (w tym 10 filii).

W pierwszej połowie 2006 roku EBITDA dla tego segmentu wyniosła 23,4 mln złotych (w porównaniu do 13,3 mln złotych w I półroczu 2005 r.), a zysk operacyjny w tym segmencie wyniósł 10,1 mln złotych (w porównaniu do 4,2 mln złotych w porównywalnym okresie w 2005 r.). Było to po części spowodowane lepszymi wynikami osiąganymi przez Smyk Sp. z o.o. , który osiągnął EBITDA 3,6 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 1,5 mln zł). Wynik EBITDA zawiera aktualizację wyceny należności od Sephora S.A. , wynikające z różnicy kursów walut oraz upływu części z okresu dyskontowania, w łącznej wysokości 3,5 mln PLN (w I połowie 2005 r. – 1,2 mln PLN).

Pozostałe

Pozostała działalność zawiera zysk z przeszacowania wartości godziwej inwestycji w coffeeheaven w wysokości 4 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 0) oraz przeszacowanie wartości opcji sprzedaży udziałów w Zara Polska, w wysokości 2,2 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 0).

7. Sytuacja finansowa

7.1 Płynność finansowa i źródła finansowania

Jak wynika ze skonsolidowanego rachunku przepływów pieniężnych, w pierwszej połowie roku zakończonej 30 czerwca 2006 r. nastąpił spadek wartości środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, o kwotę 100,1 mln złotych (w porównywalnym okresie roku 2005 wykazano spadek o 49,4 mln złotych).

Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej wyniosły 62,3 mln złotych (49,0 mln złotych w I półroczu 2005 r.), głównie w wyniku znacznych płatności na rzecz dostawców po okresie największej aktywności handlowej Grupy (listopad/grudzień 2005).

Zgodnie z rachunkiem przepływów pieniężnych Grupy, wydatki inwestycyjne w pierwszej połowie 2006 r. wyniosły 35,7 mln złotych (w porównaniu do 33 mln złotych w analogicznym okresie 2005 r.). Jednak faktyczne zwiększenia wartości środków trwałych w pierwszym półroczu zakończonym 30 czerwca 2006 r. wyniosły 23,3 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 23,5 mln złotych). Różnica wykazana w pierwszym półroczu 2006 r. spowodowana jest tym, iż część nakładów inwestycyjnych poniesionych pod koniec 2005 r. nie została zapłacona do końca ubiegłego roku i w związku z tym została wykazana w pozycji „Zobowiązania handlowe i pozostałe zobowiązania” – „Zobowiązania krótkoterminowe”.

Stan środków pieniężnych i ich ekwiwalentów na 30 czerwca 2006 r. wyniósł 29,1 mln złotych (129,3 mln złotych na koniec 2005 r.). Znaczące płatności na rzecz dostawców w pierwszych kilku miesiącach 2006 r. są zgodne z oczekiwaniami, ze względu na specyfikę działalności Grupy. Spowodowały one deficyt w wysokości 82,0 mln złotych w zadłużeniu netto (18,3 mln złotych nadwyżki na 31 grudnia 2005 r. oraz 76,3 mln złotych zadłużenia netto na 30 czerwca 2006 roku), co wykazano poniżej w milionach złotych.

7.2 Aktywa i struktura kapitału

Kapitał własny i zadłużenie

Struktura kapitałowa Grupy na dzień 30 czerwca 2006 r. oraz na 31 grudnia 2005 r. przedstawiała się następująco:

	30 czerwiec 2006	31 grudzień 2005
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	29,1	129,3
Minus:		
Zobowiązania finansowe długoterminowe	-51,9	-63,2
Zobowiązania finansowe krótkoterminowe	-59,2	-47,8
Zadłużenie netto	-82,0	18,3
Kapitał własny	-272,1	-256,6
Kapitał zaangażowany	-354,1	-238,3
Zadłużenie netto/kapitał zainwestowany	30,1%	-
Zadłużenie netto/kapitał zaangażowany	23,2%	-

Powyższe dane potwierdzają, że ogólny poziom zadłużenia Grupy pozostał na niezmiennym poziomie, poza zmianami w proporcjach zadłużenie długo- i krótkoterminowego, podczas

gdy poziom środków pieniężnych obniżył się w związku regulowaniem znaczącej liczby zobowiązań handlowych wobec dostawców z końca roku 2005, będącego najbardziej intensywnym okresem działalności Grupy w roku.

W zobowiązaniach krótkoterminowych wykazano pożyczkę z ING Bank w wysokości 40,6 mln złotych (kwota obejmuje naliczone odsetki), która jest w pełni zabezpieczona długoterminową wierzytelnością wobec Sephora (patrz nota 26 w skonsolidowanym raporcie finansowym na koniec roku 2005). Oznacza to, że faktyczny dług Grupy wynosi 40,6 mln złotych mniej niż wykazano.

10 maja 2006 r. Grupa ogłosiła, że jej podmiot zależny EMPiK Sp. z o.o. przedłużył umowę kredytową o wartości 10 mln Euro z ING Bank S.A. do 30 kwietnia 2007 r. Pożyczka jest zabezpieczona opcją sprzedaży związanej ze zbyciem przez EMPiK Sp. z o.o. 24% udziałów w Sephora Polska Sp. z o.o. Oprocentowanie kredytu wynosi jednomiesięczny EURIBOR powiększony o marżę 0,7%.

Struktura zadłużenia

Jak przedstawiono powyżej, struktura zadłużenia Grupy pozostaje w dużym stopniu niezmieniona w stosunku do końca roku 2005.

Pozostałe

19 lipca 2006 r. NFI EMPiK Media & Fashion S.A. podpisał aneks do umowy kredytowej z ABN Amro Bank NV i jego jednostką afiliowaną, ABN AMRO Bank (Polska) S.A., z dnia 17 stycznia 2006 r., na podstawie którego został przedłużony okres ciągnięcia kredytu w wysokości do 7 mln EUR do 17 października 2006 roku na tych samych warunkach.

7.3 Wydatki inwestycyjne

PLN' 000

Wydatki inwestycyjne	6 miesięcy 2006			6 miesięcy 2005		
	Razem	Nowe punkty sprzedaży	Utrzymanie i Wydatki	Razem	Nowe punkty sprzedaży	Utrzymanie i Wydatki
			Centralne			Centralne
Moda i Uroda	10 595	9 477	1 118	15 967	14 298	1 669
Media i Rozrywka	25 108	13 179	11 930	17 004	13 397	3 607
Razem	35 703	22 656	13 047	32 971	27 695	5 276
Pozostałe	-	-	-	18	-	18
Razem	35 703	22 656	13 047	32 989	27 695	5 294

W pierwszej połowie 2006 r. Grupa poniosła wydatki inwestycyjne na oba segmenty działalności w wysokości 35,7 mln złotych (33,0 mln złotych w analogicznym okresie 2005 r.). Wydatki poniesione na nowe punkty sprzedaży wyniosły 22,7 mln złotych (27,7 mln złotych w I półroczu 2005 r.), z czego 9,5 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 14,3 mln złotych) zostało przeznaczone na segment Moda & Uroda, a 13,2 mln złotych (13,4 mln złotych w I półroczu 2005 r.) zostało przeznaczone na segment Media & Rozrywka.

W segmencie Moda & Uroda, w pierwszej połowie 2006 r., spółka Ultimate Fashion Sp. z o.o. poniosła wydatki w wysokości 7,5 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 3,1 mln złotych), ze względu na spłatę zobowiązań inwestycyjnych związanych ze sklepami otwartymi pod koniec 2005r., jak również koszty związane z otwarciem nowych sklepów w łódzkiej Manufakturze. Galeria Centrum poniosła wydatki na inwestycje w wysokości 2,0 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 1,5 mln złotych), w związku z otwarciem nowego konceptu – Kosmeteria. Łącznie nowa powierzchnia handlowa dodana w pierwszej połowie 2006 r. wynosi 1 960 m², a łączna powierzchnia handlowa na dzień 30 czerwca 2006 w tym segmencie wynosi 39 425 m².

W pierwszej połowie 2006 r. EMPiK Sp. z o.o. i Smyk Sp. z o.o. otworzyły po dwa nowe sklepy o łącznej powierzchni odpowiednio: 1 516 m² i 1 882 m². Wydatki poniesione na inwestycje przez spółkę EMPiK Sp. z o.o. wyniosły 7,6 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 6,3 mln złotych), a przez spółkę Smyk Sp. z o.o. 5,3 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 7,1 mln złotych). 4,1 mln złotych z wydatków inwestycyjnych EMPiKu stanowi koszty z tytułu otwarcia nowych sklepów w 2005 roku, uregulowane w 2006 r. Łącznie nowa powierzchnia handlowa dodana w pierwszej połowie wyniosła 3 398 m², co sprawia, że łączna powierzchnia handlowa w tym segmencie to 71 614 m² na dzień 30 czerwca 2006 r. (na koniec roku 2005 r. – 69 216 m²).

Wydatki Grupy na inne inwestycje (głównie na modernizację i rearanżację istniejących punktów detalicznych i usługowych oraz na inwestycje informatyczne) wyniosły w pierwszej połowie 2006 r. 13,0 mln złotych (5,3 mln złotych w I półroczu 2005 r.), z czego 1,1 mln złotych (w I półroczu 2005 r. – 1,7 mln złotych) dotyczyło segmentu Moda & Uroda, a 11,9 mln złotych (3,6 mln złotych w I półroczu 2005 r.) poniesionych zostało w segmencie Media & Rozrywka, głównie w spółce EMPiK Sp. z o.o. na rearanżację istniejących sklepów oraz na inwestycje informatyczne, zgodnie z planami na bieżący rok.

8. Akcjonariat

Głównymi akcjonariuszami NFI EMPiK Media & Fashion S.A. na dzień 27 sierpnia 2006 r. byli:

Akcjonariusz	Liczba akcji (prawa głosu)	Bezpośredni udział
1. Empik Centrum Investments S.A.	64 944 435	63.57%
2. Flime Investments S.A.	2 459 367	2.41%
3. Eastbridge B.V./S.a.r.l.	2 576 449	2.52%
4. Handlowy Investments S.A.	10 179 175	9.99%

9. Transakcje z jednostkami powiązanymi

EMPiK Centrum Investments S.A. i jej jednostki zależne oraz Eastbridge B.V./S.a.r.l. i jej jednostki zależne uważane są za jednostki powiązane dla celów sporządzania śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Stan transakcji z jednostkami powiązanymi na odnośne dni sprawozdawcze jest następujący:

	30.06.2006	31.12.2005
Krótkoterminowe należności od EMPiK Centrum Investments S.A. i jej jednostek zależnych	660	1 212
Krótkoterminowe należności od Eastbridge B.V./S.a.r.l. i jej jednostek zależnych	377	486
Krótkoterminowe zobowiązania wobec EMPiK Centrum Investments S.A. i jej jednostek zależnych	233	3 204
Krótkoterminowe zobowiązania wobec Eastbridge B.V./S.a.r.l. i jej jednostek zależnych	190	984

Przychody i koszty wynikające z transakcji ze stronami powiązаныmi w okresach sprawozdawczych były następujące:

	30.06.2006	30.06.2005
Koszty z tytułu leasingu operacyjnego płatne na rzecz jednostek zależnych EMPiK Centrum Investments S.A.	17 149	17 161
Opłata za zarządzanie płatna na rzecz Eastbridge B.V./S.a.r.l.	233	2 960

Umowy z DTC Real Estate S.A. („DTC RE”) dotyczące obiektu Renoma we Wrocławiu

Podmiot powiązany DTC Real Estate S.A. postanowił dokonać modernizacji swego budynku Renoma we Wrocławiu, gdzie mieszczą się obecnie sklepy Smyk i Galeria Centrum. W związku z powyższym Smyk Sp. z o.o. i Galeria Centrum Sp. z o.o. wyraziły zgodę na wcześniejsze rozwiązanie umów najmu zawartych z DTC Real Estate S.A. w tym obiekcie i zamknięcie swych sklepów w Renomie: Smyk Sp. z o.o. ze skutkiem na 15 września 2006, a Galeria Centrum Sp. z o.o. ze skutkiem na 31 grudnia 2006 roku. W zamian za wcześniejsze rozwiązanie umów najmu oraz utrudnienia w korzystaniu z obiektu w roku 2006 DTC Real Estate S.A. zapłaci: (i) Smyk Sp. z o.o. kwotę PLN 560 tysięcy w ciągu 60 dni od faktycznego opuszczenia lokalu oraz (ii) Gallerii Centrum Sp. z o.o. kwotę PLN 823 tysięcy i pomniejszone koszty najmu w roku 2006 oraz równowartość EUR 288 tysięcy do 31 stycznia 2007 roku. Umowa ze spółką Smyk Sp. z o.o. została podpisana z datą 28 lutego 2006 r. i zmieniona 27 lipca 2006 r., natomiast umowa z Galerią Centrum Sp. z o.o. została podpisana 23 czerwca 2006 r.

Umowy z DTC Real Estate S.A. dotyczące obiektu Neptun w Gdańsku

DTC Real Estate S.A. i Galeria Centrum Sp. z o.o. zawarły umowę dnia 31 lipca 2006 r. zgodnie z którą, Galeria Centrum Sp. z o.o. ma zamknąć swój sklep w obiekcie Neptun w Gdańsku i opuścić ten lokal do 31 stycznia 2007. W związku z wcześniejszym rozwiązaniem umowy najmu DTC Real Estate S.A. ma zapłacić Gallerii Centrum Sp. z o.o. kwotę PLN 1,420 tysięcy do 30 sierpnia 2006 roku.

Na podstawie wyżej opisanej umowy, Galeria Centrum Sp. z o.o., rozpoznała w wyniku kwotę PLN 803 tysięcy tytułem wcześniejszego rozliczenia obniżki czynszu za rok 2004, która miała zostać rozliczona przez cały okres najmu. Spowodowało to obniżenie kosztów najmu Grupy NFI EMPiK Media & Fashion o wyżej wymienioną kwotę.

Umowy z Retail Properties Finance Sp. z o.o. („RPF Sp. z o.o.”) dotyczące obiektu Junior w Warszawie

Podmiot powiązany Retail Properties Finance Sp. z o.o. postanowił dokonać modernizacji swego budynku Junior w Warszawie, gdzie mieszczą się obecnie sklep EMPiK oraz Szkoła Języków Obcych Learning Systems Poland Sp. z o.o. W związku z powyższym umowa najmu zawarta pomiędzy Retail Properties Finance Sp. z o.o. i Learning Systems Poland Sp. z o.o. ulegnie rozwiązaniu ze skutkiem na 31 maja 2007 roku. Z tytułu tego rozwiązania i utrudnień w korzystaniu z obiektu w roku 2006 Retail Properties Finance Sp. z o.o. zapłaci Learning Systems Poland Sp. z o.o. zryczałtowaną kwotę PLN 3 500 tysięcy do 31 marca 2007 roku oraz PLN 1,850 tysięcy do 31 marca 2008 roku.

W związku z modernizacją budynku Junior, Retail Properties Finance Sp. z o.o. i EMPiK Sp. z o.o. zawarły aneks do łączącej je dziesięcioletniej umowy najmu z 31 grudnia 2005 r. W związku z zakłóceniami korzystaniu z budynku Junior w czasie jego modernizacji oraz nałożonym na EMPiK obowiązkiem instalacji schodów ruchomych pomiędzy piętrami Retail Properties Finance Sp. z o.o. zapłaci EMPiK Sp. z o.o., łączną kwotę PLN 700 tysięcy oraz EUR 590 tysięcy.

W sierpniu 2006 r., NFI EMPiK Media & Fashion S.A. oraz jej podmioty zależne EMPiK Sp. z o.o., Smyk Sp. z o.o., Ultimate Fashion Sp. z o.o. i Galeria Centrum Sp. z o.o. zawarły z Retail Properties Finance Sp. z o.o. określone umowy najmu na wynajem powierzchni biurowej w zmodernizowanym budynku Wars & Sawa w Warszawie, którego Retail Properties Finance Sp. z o.o. jest właścicielem.

Retail Properties Finance Sp. z o.o. zobowiązał się wobec NFI EMPiK Media & Fashion S.A. i jej podmiotów zależnych dokonać modernizacji budynku i wydać powierzchnię biurową objętą najmem w październiku 2007 roku. Jeżeli wydanie powierzchni nie nastąpi do 31 grudnia 2007 roku, NFI EMPiK Media & Fashion S.A. i pozostali najemcy mogą od zawartych umów najmu odstąpić. Do budynku Wars & Sawa przeniesione zostaną biura NFI EMPiK Media & Fashion S.A. oraz EMPiK Sp. z o.o., Smyk Sp. z o.o., Ultimate Fashion Sp. z o.o. i Galerii Centrum Sp. z o.o..

Wszystkie pięć umów najmu zawarto na okres 10 lat licząc od daty przekazania powierzchni. W przypadku wcześniejszego rozwiązania umowy najmu z przyczyn leżących po stronie najemcy, najemca zapłaci karę umowną w wysokości czynszu i opłat serwisowych za okres 12 miesięcy, co nie wyłącza dochodzenia przez wynajmującego szkody przewyższającej karę umowną na zasadach ogólnych. Całkowita powierzchnia objęta w/w umowami najmu wynosi 5.335,2 m².

10. Zobowiązania warunkowe i przyszłe zobowiązania

NFI EMPiK Media & Fashion S.A. („Spółka”) nabyła, poprzez swój podmiot zależny, udziały w HDS Wydawcy Prasy Sp. z o.o. („HDS WP Sp. z o.o.”), podmiocie posiadającym roszczenie wobec Skarbu Państwa w zakresie nabycia 40% akcji w spółce Ruch S.A. Jeżeli na rzecz HDS WP Sp. z o.o. zostanie rozstrzygnięte postępowanie sądowe dotyczące jej praw, Spółka może być zobligowana zrealizować swoją opcję w HDS WP Sp. z o.o., tj. nabyć dodatkowe udziały w HDS WP Sp. z o.o. oraz dokonać znaczących wpłat na rzecz kilku podmiotów, które zostały określone w umowach zawartych przez Spółkę na łączną kwotę EUR 10.125. Dodatkowo Grupa może być zobligowana nabyć akcje w Ruch S.A. w zależności od warunków nabycia określonych przez Skarb Państwa w danym czasie. Wymagałoby to także od Spółki rozważenia uzyskania dalszego finansowania z dostępnych źródeł.

Grupa NFI EMPiK Media & Fashion ma również zobowiązania warunkowe w odniesieniu do gwarancji bankowych i innych gwarancji wydanych na wniosek jednostek zależnych Grupy oraz poręczeń udzielonych przez NFI EMPiK Media & Fashion SA dla zagwarantowania spłaty czynszów i zobowiązań z tytułu dostaw i usług jej jednostek zależnych, a także innych kwestii wynikających z codziennej działalności. Nie przewiduje się powstania jakichkolwiek istotnych zobowiązań z tego tytułu.

Zgodnie z jedną z umów franszysowych zawartych przez Ultimate Fashion Sp. z o.o., jednostkę zależną Grupy, Ultimate Fashion Sp. z o.o. ma obowiązek podpisać umowę leasingu na trzy określone lokalizacje w terminie trzech lat od daty podpisania umowy franszysowej, bądź otworzyć sklepy w tych punktach w terminie pięciu lat od podpisania umowy franszysowej. Jeżeli Ultimate Fashion Sp. z o.o. nie będzie mogła spełnić tego wymogu, będzie zmuszona zapłacić karę umowną w wysokości EUR 200 tysięcy za każdy sklep. Na dzień podpisania niniejszego raportu nie przewiduje się powstania istotnych zobowiązań z tytułu tych zobowiązań warunkowych.

Mając na względzie ochronę Inditex i Zara Polska przed pewnymi określonymi zobowiązaniami warunkowymi wynikającymi ze zdarzeń, które miały miejsce przed sprzedażą 51% udziałów, tj. gdy Zara Polska znajdowała się pod zarządem i kontrolą NFI EMPiK Media & Fashion S.A., bank ABN AMRO Polska na prośbę NFI EMPiK Media & Fashion S.A. wystawił dla Zara Polska gwarancję bankową opiewającą na kwotę do EUR 500. Nie przewiduje się, aby w związku z zobowiązaniami warunkowymi powstały jakiegokolwiek istotne zobowiązania.

Zgodnie z ogólnymi przepisami prawa, organy skarbowe mogą w każdej chwili dokonać kontroli ksiąg i zapisów księgowych jednostki w ciągu pięciu lat od końca danego roku podatkowego, a w razie wykrycia jakichkolwiek nieścisłości, mogą naliczyć dodatkowe zobowiązania podatkowe i nałożyć kary. Zarząd NFI EMPiK Media & Fashion nie wie o żadnych okolicznościach, które mogłyby powodować powstanie jakichkolwiek istotnych zobowiązań z tego tytułu.

Zgodnie z umową z dnia 8 lipca 2003 r. zawartą pomiędzy spółkami EMPiK Sp. z o.o., Sephora Polska i Sephora S.A. dotyczącą zbycia perfumerii EMPiK na rzecz Sephora Polska, EMPiK Sp. z o.o. gwarantuje spółce Sephora Polska, że wszystkie umowy najmu/podnajmu podpisane przez EMPiK Sp. z o.o. w odniesieniu do zbytych perfumerii nie zostaną rozwiązane przed określoną w nich datą wygaśnięcia, z wyjątkiem sytuacji gdy rozwiązanie takie nastąpi ze względu na przyczyny, które wystąpiły po dacie zamknięcia. Jeżeli dana umowa najmu/podnajmu zostanie rozwiązana przed jej ostateczną datą wygaśnięcia z powodów, które wystąpiły przed datą zamknięcia, EMPiK Sp. z o.o. będzie zobowiązany do zapłaty spółce Sephora Polska kary umownej, której kwota zostanie obliczona przy uwzględnieniu wartości danego punktu sprzedaży przyjętej przez strony w umowie na potrzeby wniesienia aportu oraz łącznej liczby dni pozostałych do zakończenia okresu wynajmu. Nie przewiduje się, aby w związku z zobowiązaniami warunkowymi powstały jakiegokolwiek istotne zobowiązania.

W sierpniu 2006 r. Spółka zawarła dwie umowy inwestycyjne dotyczące nabycia udziałów w dwóch ukraińskich spółkach sprzedaży detalicznej. Obie umowy są warunkowe i w obu przypadkach zamknięcie transakcji zależy między innymi od uprzedniej restrukturyzacji danej jednostki przez jej obecnych właścicieli oraz uzyskania zgody od Ukraińskiego Urzędu Antymonopolowego. Jeżeli transakcje zostaną zamknięte, Spółka pośrednio nabędzie 65% udziałów w każdej z wymienionych wyżej spółek ukraińskich. W latach 2009-2012 Spółka może być zobowiązana do nabycia wszystkich udziałów udziałowców mniejszościowych w tych dwóch spółkach za cenę nabycia powiązaną z EBITDA wykazany przez daną spółkę za poprzedni rok obrotowy.

11. Zobowiązania z tytułu leasingu operacyjnego

Grupa użytkuje szereg punktów sprzedaży detalicznej oraz biur na mocy nieodwołalnych umów leasingu operacyjnego. Umowy te mają różne warunki, klauzule rewaloryzacji i prawa przedłużenia.

Zobowiązania z tytułu leasingu operacyjnego (gdzie Grupa NFI EMPiK Media & Fashion występuje jako leasingobiorca)

Łączne przyszłe minimalne płatności wynikające z nieodwołalnych umów leasingu operacyjnego zawartych przez spółki zajmujące się sprzedażą detaliczną i hurtową przedstawiają się następująco:

30.06.2006	Jednostki niepowiązane	Jednostki powiązane	Razem
Poniżej 1 roku	59 265	26 797	86 062
1 - 5 lat	271 082	113 696	384 778
Powyżej 5 lat	786 439	379 100	1 165 539
	<u>1 116 786</u>	<u>519 593</u>	<u>1 636 379</u>

31.12.2005	Jednostki niepowiązane	Jednostki powiązane	Razem
Poniżej 1 roku	58 278	28 580	86 858
1 - 5 lat	233 969	118 637	352 606
Powyżej 5 lat	820 357	443 694	1 264 051
	<u>1 112 604</u>	<u>590 911</u>	<u>1 703 515</u>

Zasadniczo umowy leasingu zawierane są na okresy od 5 do 10 lat, z prawem przedłużenia ze strony leasingobiorcy. Tam, gdzie to ma zastosowanie, przy wykazywaniu zobowiązań z tytułu leasingu wzięto pod uwagę okres przedłużenia. Płatności z tytułu leasingu operacyjnego podlegają indeksacji i są zabezpieczone gwarancjami.

12. Dalsze perspektywy

Grupa EM&F realizuje strategię ekspansji sformułowaną i wdrażaną począwszy od przełomu 2004/2005 r. W 2006 roku Grupa zamierzała otworzyć od 50 do 60 nowych sklepów, o łącznej powierzchni od 25 000 do 30 000 m². Na chwilę obecną, została podpisana większość wszystkich umów najmu na otwarcie nowych sklepów zaplanowanych na 2006 rok, jednak realizacja planu rozwoju jest ściśle uzależniona od terminowych otwarć poszczególnych centrów handlowych. Główne otwarcia nowych sklepów Grupy planowane na drugą połowę 2006 r. będą miały miejsce w następujących centrach handlowych: Warszawa Złote Tarasy, Kraków Nowe Miasto, i Warszawa Sadyba Best Mall.

Poza realizacją strategii ekspansji w Polsce, Grupa pracuje nad dalszym rozwojem istniejących konceptów i rozszerzeniem działalności na inne kraje w regionie:

W tym celu, w sierpniu 2006 r. podmioty zależne NFI EMPiK Media & Fashion S.A., EMPiK Sp. z o.o. („EMPiK”) i Smyk Sp. z o.o. („Smyk”), zawarły umowy inwestycyjne dotyczące nabycia udziałów w dwóch ukraińskich spółkach handlu detalicznego.

1. Empik Sp. z o.o. podpisała umowę inwestycyjną z New Europe Capital Fund LLP, Closed Joint Company „Insurance Company LEADER” i pozostałymi właścicielami ukraińskiej spółki „Closed Joint Stock Company „Network of bookstores BUKVA” („Bukva”).

Na mocy powyższej Umowy Inwestycyjnej („Umowy Inwestycyjnej Bukva”) oraz po spełnieniu określonych warunków ujętych w Umowie Inwestycyjnej Bukva, Empik Sp. z o.o. nabędzie poprzez cypryjską jednostkę specjalnego przeznaczenia („SPV”) 65% udziałów w spółce Bukva. Bukva prowadzi sieć 27 sklepów na Ukrainie pod marką „Bukva”. Poprzez podwyższenie kapitału zakładowego spółka EMPiK nabędzie 65% kapitału zakładowego w SPV, która będzie w tym momencie posiadała 100% udziałów w spółce Bukva. Obecni właściciele spółki Bukva pozostaną udziałowcami mniejszościowymi SPV i będą posiadali łącznie 35% udziałów i praw głosu w SPV.

Cena nabycia wyniesie 6.380 tysięcy USD. Podpisana umowa jest umową warunkową, a zamknięcie transakcji zależy między innymi od przeprowadzenia restrukturyzacji spółki Bukva przez jej obecnych właścicieli oraz uzyskania zgody od Ukraińskiego Urzędu Antymonopolowego. Spółka Empik Sp. z o.o. ma prawo rozwiązać Umowę Inwestycyjną, jeżeli przed zamknięciem transakcji nastąpią niekorzystne zdarzenia dotyczące spółki Bukva lub oświadczenia złożone przez sprzedających zostaną w istotny sposób naruszone. W przypadku rozwiązania Umowy Inwestycyjnej przez jedną ze stron przed zamknięciem transakcji z przyczyn, za które odpowiedzialna jest druga strona, strona rozwiązująca umowę i ponosząca straty będzie uprawniona do otrzymania kary umownej od drugiej strony w wysokości USD 200 tysięcy.

Udziałowcy mniejszościowi SPV będą posiadali prawo sprzedaży w stosunku do Empik Sp. z o.o. dotyczące wszystkich ich udziałów w SPV, które może być wykonane w latach 2009 lub 2010, w terminie trzech miesięcy od przedstawienia udziałowcom przez zarząd spółki Bukva zbadanego sprawozdania finansowego spółki za poprzedni rok. Cena sprzedaży zostanie obliczona w odniesieniu do EBITDA uzyskanego przez spółkę Bukva za dany rok. Dodatkowo, spółka EMPiK Sp. z o.o. będzie posiadała prawo zakupu od udziałowców mniejszościowych wszystkich ich udziałów w SPV, które może być wykonane w roku 2011, w terminie trzech miesięcy od przedstawienia udziałowcom przez zarząd spółki Bukva zbadanego sprawozdania finansowego spółki za poprzedni rok. Cena zakupu zostanie obliczona w odniesieniu do EBITDA uzyskanego przez spółkę Bukva za dany rok.

2. Ponadto, spółka Smyk Sp. z o.o. zawarła umowę inwestycyjną z Mr. Kirill Levin i jej podmiotami zależnymi („Umowę Inwestycyjną Smyk”). Smyk Sp. z o.o. ma nabyć poprzez spółkę cypryjską 65% w Paritet Servis-Retail, spółce ukraińskiej znajdującej się obecnie pośrednio w posiadaniu Kirill Levin. Paritet Servis-Retail prowadzi obecnie dwa sklepy w Kijowie sprzedające artykuły dla matek i dzieci oraz planuje otwarcie dwóch nowych sklepów w 2007 roku w ramach posiadanych już umów najmu. Cena nabycia, która ma być uiszczona w okresie do 18 miesięcy od momentu zamknięcia transakcji, wyniesie USD 5.000 tysięcy. Podpisana umowa jest umową warunkową, a zamknięcie transakcji zależy między innymi od przeprowadzenia restrukturyzacji spółki, tj. Paritet Servis-Retail, przez jej obecnego właściciela oraz uzyskania zgody od Ukraińskiego Urzędu Antymonopolowego. W latach 2010 i 2011 te podmioty zależne Mr. Kirill Levin będą miały prawo sprzedać swoje udziały mniejszości spółce Smyk Sp. z o.o., w którym to przypadku Smyk Sp. z o.o. będzie zobowiązana do nabycia za cenę nabycia obliczoną w odniesieniu do EBITDA uzyskanego przez Paritet Servis-Retail za poprzedni rok obrotowy. W 2012 roku spółka Smyk Sp. z o.o.

będzie miała prawo nabyć wszystkie udziały należące do podmiotów Kirill Levin za cenę nabycia obliczoną w odniesieniu do EBITDA uzyskanego przez Paritet Servis-Retail za poprzedni rok obrotowy.

Transakcje zakupu zostaną sfinansowane z funduszy własnych oraz przy pomocy posiadanych i potencjalnych narzędzi kredytowych.

Obecnie Grupa przeprowadza dodatkowo rozpoznanie innych możliwości inwestycji w regionie, na przykład rozwijania wybranych marek franszysowych i dystrybucyjnych na nowych rynkach w regionie. Grupa planuje podjąć następujące działania:

1. Jak wspomniano powyżej, Grupa otworzyła w marcu 2006 r. pierwszy sklep Smyk w Berlinie. Działanie i wyniki osiągane przez pilotażowy sklep są bacznie monitorowane i dostarczają wskazówek co do dalszego potencjalnego rozwoju sieci Smyk na niemieckim rynku. Po zakończeniu zakładanej fazy testowej, najprawdopodobniej nastąpi dalsza ekspansja. Grupa podjęła decyzję o wynajmie kolejnych 2-4 lokalizacji w okolicach Berlina celem otwarcia w Niemczech kolejnych sklepów Smyk w 2007 roku.

2. W następstwie otwarcia nowego konceptu Galerii Centrum Sp. z o.o. - Kosmeteria w łódzkiej Manufakturze w czerwcu 2006 r., podjęto decyzję o uruchomieniu jesienią br. kolejnej Kosmeterii w CH Targówek w Warszawie.

3. W drugiej połowie 2006 r. spółka Ultimate Fashion Sp. z o.o. planuje podpisanie kolejnych umów franszysowych na dystrybucję nowych marek odzieżowych.

4. Spółka EMPiK Sp. z o.o. planuje dalszy rozwój witryny internetowej empik.com, uruchomionej z sukcesem w drugiej połowie 2005 r.

5. Ponadto w drugiej połowie 2006 r. spółki zależne Grupy – Optimum Distribution Polska, Optimum Distribution Czech/Słowacja, a także Licomp EMPiK Multimedia Sp. z o.o. – zajmujące się dystrybucją hurtową, planują rozszerzenia portfela dystrybuowanych marek i dostępnych usług.

.....
Maciej Dyjas
Prezes Zarządu

.....
Christopher Weston
Członek Zarządu