

ANALIZA FINANSOWA ZARZĄDU ZA DRUGI KWARTAŁ 2010 R.

Dane finansowe za okres trzech miesięcy zakończony 30 czerwca 2010 r

Uzgodnienie segmentów branżowych z działalności podstawowej* do segmentów zaprezentowanych w sprawozdaniu finansowym za okres 3 miesięcy zakończony 30 czerwca 2010 roku.

Segmenty branżowe - działalność podstawowa*

	Grupa Empik	Grupa Smyk	Szkoły językowe	Moda i Uroda	Pozostałe	RAZEM
Przychody netto ze sprzedaży	224 518	176 744	33 189	210 875	-	645 326
EBITDA	12 186	13 729	6 175	22 753	(3 107)	51 736
EBIT	3 422	7 968	4 390	13 491	(3 433)	25 838
Zysk / (strata) netto	1 837	5 305	5 108	15 204	(7 247)	20 207

Korekty dotyczące wyceny instrumentów finansowych oraz wyceny programu akcji pracowniczych

	Grupa Empik	Grupa Smyk	Szkoły językowe	Moda i Uroda	Pozostałe	RAZEM
EBITDA	(1 684)	(1 306)	-	(1 056)	12 061	8 015
- wycena programu akcji pracowniczych	-	-	-	-	8 015	8 015
- obciążenia spółek z tytułu wsparcia operacyjnego przez holding	(1 684)	(1 306)	-	(1 056)	4 046	-
EBIT	(1 684)	(1 306)	-	(1 056)	12 061	8 015
- wycena programu akcji pracowniczych	-	-	-	-	8 015	8 015
- obciążenia spółek z tytułu wsparcia operacyjnego przez holding	(1 684)	(1 306)	-	(1 056)	4 046	-
Zysk netto	(1 364)	(7 208)	143	(5 226)	11 292	(2 363)
- wycena programu akcji pracowniczych	-	-	-	-	8 015	8 015
- wycena instrumentów finansowych	-	(6 150)	143	(4 371)	-	(10 378)
- obciążenia spółek z tytułu wsparcia operacyjnego przez holding	(1 364)	(1 058)	-	(855)	3 277	-

Segmenty branżowe - działalność kontynuowana (wg sprawozdania finansowego)

	Grupa Empik	Grupa Smyk	Szkoły językowe	Moda i Uroda	Pozostałe	RAZEM
Przychody netto ze sprzedaży	224 518	176 744	33 189	210 875	-	645 326
EBITDA	10 502	12 423	6 175	21 697	8 954	59 751
EBIT	1 738	6 662	4 390	12 435	8 629	33 854
Zysk / (strata) netto	473	(1 903)	5 251	9 978	4 045	17 844

* z wyłączeniem instrumentów finansowych i wyceny programu akcji pracowniczych

Dane finansowe za okres trzech miesięcy zakończony 30 czerwca 2009 r

Uzgodnienie segmentów branżowych z działalności podstawowej* do segmentów zaprezentowanych w sprawozdaniu finansowym za okres 3 miesięcy zakończony 30 czerwca 2009 roku.

Segmenty branżowe - działalność podstawowa* * **

	Grupa Empik	Grupa Smyk	Szkoły językowe	Moda i Uroda	Pozostałe	RAZEM
Przychody netto ze sprzedaży	221 638	184 831	32 677	185 794	-	624 940
EBITDA	13 910	17 252	5 130	7 004	(1 374)	41 922
EBIT	4 925	17 124	3 892	(1 518)	(1 576)	22 847
Zysk / (strata) netto	8 550	13 461	3 437	(828)	(6 350)	18 270

Korekty dotyczące wyceny instrumentów finansowych oraz wyceny programu akcji pracowniczych

	Grupa Empik	Grupa Smyk	Szkoły językowe	Moda i Uroda	Pozostałe	RAZEM
EBITDA	1 598	(1 312)	-	(2 981)	(959)	(3 654)
- wycena programu akcji pracowniczych	(184)	-	-	-	(5 221)	(5 405)
- wycena instrumentów finansowych	3 723	-	-	(1 972)	-	1 751
- obciążenia spółek z tytułu wsparcia operacyjnego przez holding	(1 941)	(1 312)	-	(1 009)	4 262	-
EBIT	1 598	(1 312)	-	(2 981)	(959)	(3 654)
- wycena programu akcji pracowniczych	(184)	-	-	-	(5 221)	(5 405)
- wycena instrumentów finansowych	3 723	-	-	(1 972)	-	1 751
- obciążenia spółek z tytułu wsparcia operacyjnego przez holding	(1 941)	(1 312)	-	(1 009)	4 262	-
Zysk netto	2 309	(2 777)	-	2 570	(1 768)	333
- wycena programu akcji pracowniczych	(184)	-	-	-	(5 221)	(5 405)
- wycena instrumentów finansowych	4 065	(1 714)	-	3 387	-	5 738
- obciążenia spółek z tytułu wsparcia operacyjnego przez holding	(1 572)	(1 063)	-	(817)	3 453	-

Segmenty branżowe - działalność kontynuowana (wg sprawozdania finansowego)

	Grupa Empik	Grupa Smyk	Szkoły językowe	Moda i Uroda	Pozostałe	RAZEM
Przychody netto ze sprzedaży	221 638	184 831	32 677	185 794	-	624 940
EBITDA	15 508	15 940	5 130	4 023	(2 334)	38 267
EBIT	6 523	15 812	3 892	(4 499)	(2 535)	19 193
Zysk / (strata) netto	10 859	10 684	3 437	1 742	(8 119)	18 603

* z wyłączeniem instrumentów finansowych i wyceny programu akcji pracowniczych

** dane za drugi kwartał 2009 zostały skorygowane o efekt działalności zaniechanej (Smyk Niemcy oraz Maratex Kazachstan)

2Q 2010 – ZNACZĄCE WYDARZENIA

➤ rozwój sieci sprzedaży

			zmiany w ujęciu kwartalnym (2q 2010 r.)							zmiany narastająco (2H 2010 r.)					
31 marca 2010			Otwarcia 2Q 2010		Zamknięcia 2Q 2010		31 grudnia 2009			Otwarcia 6-mcy		Zamknięcia 6-mcy		30 czerwca 2010	
	Liczba punktów	Powierzchnia handlowa	Liczba punktów	Powierzchnia handlowa	Liczba punktów	Powierzchnia handlowa	Liczba punktów	Powierzchnia handlowa	Liczba punktów	Powierzchnia handlowa	Liczba punktów	Powierzchnia handlowa	Liczba punktów	Powierzchnia handlowa	
Spółki zależne per kraj															
Polska															
Empik*	148	76 389	5	1 782			145	75 005	8	3 166			153	78 171	
Empik Cafe	53	4 588	1	312			57	4 796	2	411	5	307	54	4 900	
Empik Foto	10						10						10		
Learning Systems Poland	79						77		2				79		
Smyk***	60	48 618					59	47 964	1	654			60	48 618	
Ultimate Fashion	113	25 683	5		3	538	112	25 476	7	955	4	1 286	115	25 145	
Amersport	13	1 179		2 212			13	1 179		2 212			13	3 391	
Razem	476	156 457	11	4 306	3	538	473	154 420	20	7 398	9	1 593	484	160 225	
Ukraina															
Empik***	19	5 004	1	294	1	150	22	5 004	1	294	4	150	19	5 148	
Learning Systems Ukraine	6		1				5		2				7		
Smyk	7	5 548					7	5 548					7	5 548	
Maratex	23	6 340					24	6 570			1	230	23	6 340	
Razem	55	16 892	2	294	1	150	58	17 122	3	294	5	380	56	17 036	
Rosja															
Learning Systems Russia	5		1				4		2				6		
Smyk	4	2 623	2	991			4	2 623	2	991			6	3 614	
Maratex	77	32 762			1	403	74	31 298	4	2 069	2	1 008	76	32 359	
Razem	86	35 385	3	991	1	403	82	33 921	8	3 060	2	1 008	88	35 973	
Niemcy															
Spiele Max	43	66 572	1	800			46	69 614	1	800	3	3 042	44	67 372	
Razem	43	66 572	1	800			46	69 614	1	800	3	3 042	44	67 372	
Turcja															
Smyk	1	988	1	670			1	988	1	670			2	1 658	
Razem	1	988	1	670			1	988	1	670			2	1 658	
Rumunia															
Smyk	1	831					1	831					1	831	
Razem	1	831					1	831					1	831	
Czechy															
Marki fransyzowe/licencjonowane	1	92					1	92					1	92	
Razem	1	92					1	92					1	92	
RAZEM	663	277 217	18	7 061	5	1 091	662	276 988	33	12 222	19	6 023	676	283 187	

W drugim kwartale 2010 r. sieć sprzedaży Grupy EMF powiększyła się per saldo o 13 punktów (otwarto 18 lokalizacji, zamknięto – 5). Na koniec czerwca 2010 r. sieć sprzedaży liczyła 676 punktów o łącznej powierzchni netto 283187 m². Większość nowych otwarć (11) miała miejsce w Polsce. Były to głównie otwarcia Empików (5 nowych salonów partnerskich) oraz sklepów najbardziej rentownych marek z portfolio Ultimate Fashion (Aldo, New Look, Peacocks, River Island i nowa marka obuwnicza – Dune). Jeżeli chodzi o rozwój sieci Empik, obecnie Grupa skupia się na rozwoju modelu salonów partnerskich. Niezależnie od procesu otwierania nowych salonów partnerskich w małych miastach (niewielka penetracja, duży potencjał), Grupa zamierza dodatkowo przekształcić kilkadziesiąt istniejących salonów na formaty partnerskie.

➤ zmiany w portfolio

- ✓ W czerwcu w Starym Browarze w Poznaniu otwarto pierwszy w Polsce sklep obuwniczej marki Dune;
- ✓ Spółka Amersport rozpoczęła dystrybucję marki Converse na rynku rosyjskim.

WYNIKI DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ GRUPY W 1Q 2010 R.

Od publikacji wyników za trzeci kwartał 2009 r. Grupa rozszerzyła prezentację danych finansowych o dodatkowe podziały dotyczące segmentów działalności. Zwracamy uwagę, że dane dotyczące dotychczas prezentowanego segmentu Media i Rozrywka są obecnie prezentowane w wybranych zakresach w podziale odpowiednio na: Grupę Empik, Grupę Smyk oraz Szkoły Językowe. Segment Moda i Uroda prezentowany jest w niezmiennym układzie i nadal zawiera dane dotyczące marek franczyzowych oraz hurtowej dystrybucji kosmetyków i artykułów sportowych.

Przychody

Przychody netto ze sprzedaży LTL – segmenty i regiony

Sprzedaż w grupie LTL sklepów i szkół językowych (PLN) - stały kurs	Zmiana % Q2 2010 vs Q2 2009
EMPIK* SMYK (grupa spółek) SZKOŁY JĘZYKOWE MODA / MARKI FRANSZYZOWE (Ultimate Fashion, Maratex) RAZEM	-4,1% -3,8% -8,8% 6,7% -1,7%

**Sprzedaż w grupie LTL sklepów
i szkół językowych
(PLN - waluty przeliczone kursami
historycznymi)**

**Zmiana %
Q2 2010 vs Q2 2009**

EMPIK*

SMYK (grupa spółek)

SZKOŁY JĘZYKOWE

MODA / MARKI FRANSZYZOWE
(Ultimate Fashion, Maratex)

RAZEM

-4,1%

-8,1%

-8,8%

6,8%

-3,1%

**Zmiana %
Q2 2010 vs Q2 2009**

Empik

empik.com (Internet)

EMPIK RAZEM z Internetem

-7,3%

78,3%

-4,1%

**Zmiana %
Q2 2010 vs Q2 2009**

SMYK Polska (PLN)

SMYK Ukraina (UAH)

SMYK Rosja (RUB)

SMYK Turcja (TRY)

Spielemax (EUR)

-12,0%

16,9%

28,2%

21,7%

2,0%

** dane w walucie lokalnej*

**Zmiana %
Q2 2010 vs Q2 2009**

ULTIMATE FASHION (PLN)

MARATEX ROSJA (RUB)

MARATEX UKRAINA (UAH)

-11,7%

29,3%

-0,3%

** dane w walucie lokalnej*

	Zmiana % Q2 2010 vs Q2 2009
LSP (PLN)	-8,8%
LSU (UAH) **	27,5%

* dane w walucie lokalnej

** dane LSU na bazie danych jednostkowych Spółki

W drugim kwartale 2010 r. całkowite przychody netto ze sprzedaży na porównywalnej grupie sklepów (LTL) zmniejszyły się w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku o 1,7 % (waluty przeliczone na PLN po stałym kursie w celu prawidłowego porównania danych,) i o 3,1% (zmienny kurs - waluty przeliczone na PLN po kursach rzeczywistych). Drugi kwartał był trudny dla polskich spółek z portfolio Grupy z uwagi na niekorzystny wpływ czynników zewnętrznych o charakterze jednorazowym (żałoba narodowa, powódź, niesprzyjające warunki pogodowe). Słabsze wyniki polskich spółek zostały częściowo skompensowane dobrymi wynikami dywizji zagranicznych, przede wszystkim tych działających w Rosji (dywersyfikacja ryzyka pomiędzy rynkami).

Ujemna dynamika rok do roku w Grupie Empik to przede wszystkim negatywny wpływ żałoby narodowej (dwa weekendy bez sprzedaży plus słabszy tydzień) oraz efekt wysokiej bazy – w ubiegły roku w czerwcu miała miejsce premiera gry „the Sims” oraz wzmożona sprzedaż płyt i książek o Michaelu Jacksonie po jego śmierci. Dodatkowo w czerwcu, w związku z poprawą pogody, konsumenci zdecydowanie chętniej wydawali pieniądze w sektorze modowym (nowa kolekcja letnia), co przełożyło się na wzrost sprzedaży LTL w Ultimate Fashion w porównaniu z majem.

Smyk Polska jako jedyny z grupy Smyk zanotował ujemną dynamikę LTL. Przyczyn tego spadku również należy upatrywać w czynnikach jednorazowych takich jak żałoba (kwiecień), powódź (maj), czy fala upałów (czerwiec). Również w drugiej połowie Q2 2009 Smyk Polska rozpoczął akcję sprzedaży promocyjnej w celu zmniejszenia stanu zapasu, co nie miało miejsca w drugim kwartale 2010. W konsekwencji Smyk Polska zrealizował wyższą marżę brutto na sprzedaży swoich towarów. Pozytywne, dwucyfrowe dynamiki zanotowały natomiast pozostałe spółki zagraniczne z grupy Smyk. Niewielki wzrost Spiele Maxa (po stałym kursie) to przede wszystkim efekt przesunięcia w tym roku Świąt Wielkanocnych na początek kwietnia, co spowodowało przesunięcie zakupów świątecznych prezentów dla dzieci na koniec marca (w związku z tym w pierwszym kwartale Spiele Max zanotował 13,6% wzrostu sprzedaży LTL). W Ultimate Fashion, mimo spadku LTL w całym drugim kwartale (negatywny wpływ opisanych wyżej czynników zewnętrznych) obserwujemy pozytywny trend w ujęciu miesięcznym (od -25% w kwietniu, poprzez -7,2% w maju, do -3,7% w czerwcu. Szczególnie dobre wyniki zanotował Maratex Rosja. Jednym z czynników mających pozytywny wpływ na wzrost sprzedaży były sprzyjające warunki pogodowe (ciepła pogoda utrzymująca się od kwietnia wpłynęła na wzrost popytu na ubrania z nowej letniej kolekcji marek).

Całkowite przychody netto ze sprzedaży – segmenty

PLN' 000		Q2 2010	Q2 2009	2010 vs 2009 %
Przychody netto ze sprzedaży		645 326	624 940	+3,3%
	<i>Grupa Empik</i>	224 518	221 638	+1,3%
	<i>Grupa Smyk</i>	176 744	184 831	-4,4%
	<i>Szkoły Językowe</i>	33 189	32 677	+1,6%
	<i>Moda i Uroda</i>	210 875	185 794	+13,5%

Całkowite przychody netto Grupy ze sprzedaży zwiększyły się rok do roku o 3,3% i jest to w dużej mierze efekt otwarć z drugiego półrocza 2009 r. (w 2H 2009 r. wzrost per saldo o 19 punktów) oraz pierwszego półrocza 2010 r. (w 1H 2010 r. wzrost per saldo o 14 punktów).

Wzrost sprzedaży w grupie Empik to m.in. wpływ dynamicznego wzrostu sprzedaży internetowej (empik.com). W grupie Smyk, tylko polska dywizja zanotowała spadek przychodów (żałoba narodowa, powódź, fala upałów w czerwcu), przychody pozostałych spółek wzrosły rok do roku – głównie w Rosji i na Ukrainie. W części modowej tylko dywizje wschodnie zanotowały pozytywne dynamiki. Dwucyfrowa dynamika wzrostu w Rosji to efekt sprzyjających warunków pogodowych (upalne lato od kwietnia zwiększyło popyt na ubrania z kolekcji letniej) oraz wyraźnej poprawy sytuacji ekonomicznej w kraju (PKB z ponad minus 10% w 2Q 2009 r. wzrósł w 2Q 2010 r. do ok. plus 2,5%). Na Ukrainie, mimo nieco mniej pozytywnych nastrojów ekonomicznych, Maratex zanotował wzrost rzędu 7,7% rok do roku. Jest to głównie zasługa reorganizacji portfolio marek – w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku - w portfolio spółki przeważają obecnie marki o szybciej rotujących zapasach (Peacocks, Aldo). W grupie szkół językowych pozytywna dynamika przychodów to efekt konsolidacji spółki LSU. Rok szkolny 2009/2010 był rokiem trudnym dla szkół językowych działających na polskim rynku. Wiele placówek zostało zamkniętych. Obecnie widoczna jest znaczna poprawa - firmy ponownie zaczynają uwzględniać w budżetach środki na naukę języków przez pracowników. Spółka LSP podpisała szereg umów na naukę języków w instytucjach publicznych, które będą dofinansowywane ze środków unijnych. W Grupie Optimum spadek przychodów to przede wszystkim efekt utraty wyłączności na dystrybucję produktów Bausch & Lomb oraz wpływ czynników zewnętrznych o charakterze jednorazowym (żałoba i powódź), które pośrednio doprowadziły do zmniejszenia wartości zamówień przez odbiorców.

Narastająco (styczeń – czerwiec) przychody Grupy wzrosły rok do roku o 4,5%.

Marża brutto

PLN' 000	Q2 2010	Q2 2009	2010 vs 2009 %	Q2 2010 Marża %	Q2 2009 Marża %	Zmiana
Marża brutto	292 148	275 270	+6,1%	45,3%	44,0%	1,3
<i>Grupa Empik</i>	78 425	80 493	-2,6%	34,9%	36,3%	-1,4
<i>Grupa Smyk</i>	81 534	83 737	-2,6%	46,1%	45,3%	0,8
<i>Szkoły Językowe</i>	21 195	19 995	+6,0%	63,9%	61,2%	2,7
<i>Moda i Uroda</i>	110 994	91 045	+21,9%	52,6%	49,0%	3,6

Wartościowa marża brutto Grupy zwiększyła się rok do roku o 6,1%, a w ujęciu procentowym zanotowała wzrost rzędu 1,3 p.p. Empik zanotował spadek marży w ujęciu procentowym głównie za sprawą zwiększenia udziału sprzedaży internetowej, która przy niższych marżach osiąga zdecydowanie wyższą rentowność EBITDA niż tradycyjne salony (niższy poziom kosztów operacyjnych). W Smyku Polska niższa marża brutto w ujęciu wartościowym to przede wszystkim efekt słabszej sprzedaży, co na grupie kompensowane jest dobrymi wynikami spółek zagranicznych, głównie w Rosji i na Ukrainie. W ujęciu procentowym Grupa Smyk zanotowała wzrost marży za sprawą pozytywnego efektu podwyższenia marży w kategorii ubranka i buty oraz efektu negocjacji cenowych w Smyk Polska. Pozostałe spółki z grupy Smyk zanotowały wzrost marży w ujęciu procentowym. Wyższa marża w ujęciu procentowym we wschodnich dywizjach Smyka to efekt wzrostu marży w kategorii ubranka z uwagi na niższe ceny zakupu towarów importowanych z Polski (wprowadzenie składu celnego w Polsce, dzięki czemu znajdujący się w nim asortyment nie podlega unijnej odprawie celnej, a tym samym również opłacie celnej) oraz lepsze pozycjonowanie cenowe. W części modowej, marża brutto wzrosła o 21,9% w porównaniu do analogicznego okresu roku 2009, a w ujęciu procentowym o 3,6 p.p. Jest to wynikiem znaczącego wzrostu przychodów (sprzyjające warunki pogodowe) oraz mniejszej niż zazwyczaj akcji wyprzedażowej i promocyjnej w sklepach marki Peacocks, Esprit i Aldo zarządzanych przez Maratex Rosja oraz niższej marży brutto w Ultimate Fashion w efekcie wyprzedaży starego zapasu Mexxa i Hugo Bossa (proces polepszania kolekcji), a także likwidacji zapasu Palmersa i Cortefiela (zakończenie współpracy z markami). Wyższa marża w grupie LS wynika z efektu konsolidacji wysokiej marży brutto zrealizowanej przez szkoły językowe działające na Ukrainie, której pozytywny wpływ został jednak zmniejszony przez niekorzystny miks produktów sprzedawanych w Polsce – w drugim kwartale nastąpił wzrost liczby kursów korporacyjnych, które mają niższą marżę niż kursy dla dzieci i dorosłych.

Narastając Grupa zanotowała wzrost marży w ujęciu wartościowym o 7,7%, a w ujęciu procentowym o 1,3 p.p.

EBITDA

PLN' 000		Q2 2010	Q2 2009	2010 vs 2009 %	Q2 2010 Marża EBITDA %	Q2 2009 Marża EBITDA %	Zmiana
EBITDA z działalności podstawowej		51 736	41 922	+23,4%	8,0%	6,7%	1,3
	<i>Grupa Empik</i>	12 186	13 910	-12,4%	5,4%	6,3%	-0,9
	<i>Grupa Smyk</i>	13 729	17 252	-20,4%	7,8%	9,3%	-1,5
	<i>Szkoły Językowe</i>	6 175	5 130	+20,4%	18,6%	15,7%	2,9
	<i>Moda i Uroda</i>	22 753	7 004	+224,8%	10,8%	3,8%	7,0
	<i>Pozostałe</i>	-3 107	-1 374	-126,1%			

EBITDA Grupy wyniosła 51,7 mln zł i wzrosła rok do roku o 23,4% w porównaniu do skorygowanej EBITDA na poziomie 41,9 mln zł w drugim kwartale 2009 r. (wynik ubiegłego roku został skorygowany o wyniki działalności zaniechanej: Smyk GmbH oraz Maratex Kazachstan). Wzrost EBITDA na poziomie Grupy spowodowany jest m.in. wzrostem marży brutto w ujęciu wartościowym i procentowym oraz oszczędnościami głównie na kosztach osobowych. Spadek EBITDA rok do roku w Empiku to m.in. efekt zmiany fazowania kosztów DHL. Niższa rok do roku EBITDA w Smyku Polska to przeniesienie straty z marży brutto, spowodowanej niższą sprzedażą. W Smyku w Rosji i na Ukrainie wzrost EBITDA to pochodna lepszej sprzedaży i marży, oszczędności kosztowych (koszty marketingu – Ukraina) oraz pozytywnego efektu różnic kursowych. Na wzrost EBITDA rok do roku w dywizji Moda i Uroda wpłynęła zdecydowanie lepsza sprzedaż i wyższa marża brutto w spółce Maratex (sprzyjające warunki pogodowe w Rosji, lepsza struktura portfolio marek na Ukrainie) oraz oszczędności kosztowe (Rosja – koszty wynagrodzeń oraz pozostałe koszty operacyjne; Ukraina – koszty marketingu i pozostałe koszty operacyjne). Natomiast niższa w porównaniu z rokiem ubiegłym EBITDA w Ultimate Fashion jest pochodną słabszej sprzedaży i spadku na marży związanej z poprawą kolekcji w Mexxie i Hugo Bossie oraz wyprzedzący zapasu w sklepach Palmers i Cortefiel. Pozytywna dynamika na poziomie EBITDA w grupie szkół językowych to m.in. efekt konsolidacji spółki LSU.

Narastająco Grupa zanotowała wzrost EBITDA na poziomie 25%. Marża EBITDA wzrosła rok do roku o 1 p.p.

Wynik netto

PLN' 000	Q2 2010	Q2 2009	2010 vs 2009 %
Zysk / (strata) netto z działalności podstawowej	20 207	18 270	+10,6%
Grupa Empik	1 837	8 550	-78,5%
Grupa Smyk	5 305	13 461	-60,6%
Szkoły Językowe	5 108	3 437	+48,6%
Moda i Uroda	15 204	-828	+1937,1%
Pozostałe	-7 247	-6 350	-14,1%

W drugim kwartale 2010 r. Grupa wypracowała zysk netto w wysokości 20,2 mln złotych w porównaniu do skorygowanego zysku netto 18,3 mln zł w drugim kwartale 2009 r. (wynik ubiegłego roku został skorygowany o wyniki działalności zaniechanej: Smyk GmbH oraz Maratex Kazachstan). Negatywna dynamika wyniku netto w grupie Empik to pochodna zmian na poziomie EBITDA, negatywnego wpływu różnic kursowych oraz podatku odroczonego. W Smyku Polska spadek na poziomie wyniku netto to efekt EBITDA pogłębiony negatywnym wpływem różnic kursowych. Pozytywną dynamikę na poziomie wyniku netto zanotowały natomiast wschodnie dywizje grupy Smyk (pochodna EBITDA). Wzrost wyniku netto w grupie modowej to głównie pozytywny wpływ Maratexu (przede wszystkim oddziału rosyjskiego). Ultimate Fashion zanotowało niższy wynik netto w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku, co jest głównie wynikiem spadku na poziomie EBITDA. Wzrost zysku netto w szkołach językowych to wpływ konsolidacji spółki LSU.

Narastającą Grupa zanotowała spadek wyniku netto o 43,6%.

Wydatki inwestycyjne

Q2 2010					Q2 2009			
Wydatki inwestycyjne	Razem	Nowe punkty sprzedaży	Płatności zobowiązań inwestycyjnych dotyczących lat poprzednich	Utrzymanie, reorganizacje i modernizacje oraz projekty IT/Log	Razem	Nowe punkty sprzedaży	Płatności zobowiązań inwestycyjnych dotyczących lat poprzednich	Utrzymanie, reorganizacje i modernizacje oraz projekty IT/Log
GRUPA EMPIK	11 074	1 648	4 913	4 513	16 900	9 637	2 041	5 221
GRUPA SMYK	3 823	1 848	801	1 174	5 664	2 087	1 479	2 098
GRUPA SZKÓŁ JĘZYKOWYCH	1 510	341	176	993	2 054	194	0	1 860
MODA I URODA	9 334	3 357	4 543	1 434	13 418	11 512	167	1 738
Razem	25 742	7 195	10 433	8 114	38 036	23 430	3 687	10 918
Projekty centralne EM&F	18 927	-	-	18 927	1 544	-	-	1 544
Razem	44 668	7 195	10 433	27 041	39 580	23 430	3 687	12 462

W drugim kwartale 2010 r. całkowite wydatki inwestycyjne wyniosły 44,7 mln złotych i zwiększyły się w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku o 5,1 mln złotych tj. o ok. 13%. Główny składnik tego wzrostu to płatności zobowiązań inwestycyjnych dotyczące ubiegłych lat. Same wydatki inwestycyjne na nowe punkty zmniejszyły się rok do roku o 16,2 mln zł., co jest głównie wynikiem zmniejszenia wydatków w grupie Empik i segmencie Moda i Uroda. Niższe od ubiegłorocznych wydatki inwestycyjne na nowe sklepy w

grupie Empik to przede wszystkim efekt wykorzystywania przez grupę potencjału mniejszych miast i koncentracji na otwieraniu w nich tzw. salonów partnerskich, które wymagają zdecydowanie niższych nakładów inwestycyjnych niż tradycyjne, duże salony (w 2 kwartale 2010 r. otwarto 5 nowych Empików i wszystkie były w formacie salonów partnerskich). Niższe wydatki inwestycyjne w grupie modowej to efekt przeprowadzonego przez Grupę procesu restrukturyzacji portfolio marek. Sklepy obecnie otwieranych marek wymagają zdecydowanie niższych nakładów inwestycyjnych niż te otwierane w analogicznym okresie ubiegłego roku.

Zmniejszyły się również wydatki na IT i logistykę oraz utrzymanie i modernizację sklepów. Wysokie koszty w 2009 r. wynikały przede wszystkim z rozwoju sieci sprzedaży internetowej empik.com, wdrożenia nowoczesnych systemów IT w spółkach grupy oraz inwestycji na zakup sprzętu informatycznego.

Do końca 2010 r. Grupa zamierza otworzyć jeszcze 80 punktów.

Spółki zależne per kraj	Q3	Q4	Razem
Polska			
Empik	5	13	18
Empik Cafe	2	3	5
Smyk	4	4	8
Ultimate Fashion	6	2	8
Amersport	1	1	2
Razem	18	23	41
Ukraina			
Learning Systems Ukraine	2	2	4
Smyk	1		1
Maratex	2	2	4
Razem	5	4	9
Rosja			
Learning Systems Russia	4	5	9
Amersport	1		1
Smyk		5	5
Maratex	3	9	12
Razem	8	19	27
Niemcy			
Spiele Max	1	1	2
Razem	1	1	2
Turcja			
Smyk	1		1
Razem	1		1
RAZEM	33	47	80