

# Analiza Finansowa Zarządu

NFI Empik Media & Fashion S.A.  
za czwarty kwartał zakończony 31 grudnia 2012 roku

1.	PODSUMOWANIE IV KWARTAŁU 2012 R.	2
2.	PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	4
3.	WYNIKI OPERACYJNE	5
4.	CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIK NETTO	7
5.	ZADŁUŻENIE NETTO	7
6.	WYDATKI INWESTYCYJNE	8
7.	GRUPA EMPIK	9
8.	GRUPA SMYK	11
9.	SZKOŁY JĘZYKOWE	12
10.	GRUPA MODA I URODA	13
11.	PLANY NA 2013 ROK	14
11.	SIEĆ SPRZEDAŻY	15



## 1. Podsumowanie IV kwartału 2012 r.

### 1.1. Podstawowe wyniki finansowe

mln PLN	IV kw. 2012	IV kw. 2011	r/r %	I-IV kw. 2012	I-IV kw. 2011	r/r %
<b>Działalność kontynuowana</b>						
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	1 123	1 081	4%	3 244	2 900	12%
Marża brutto	478	454	5%	1 407	1 256	12%
<b>EBITDA z dział. oper.<sup>(1)</sup></b>	171	159	8%	280	278	1%
EBITDA	149	156	-5%	251	261	-4%
EBIT	112	108	4%	122	144	-15%
Zysk / strata netto	74	96	-23%	84	121	-30%
<b>Działalność zaniechana</b>						
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	40	72		169	324	
Marża brutto	(15)	24		9	123	
EBITDA	(32)	(10)		(69)	(20)	
EBIT	(41)	(52)		(82)	(78)	
Zysk / strata netto	(41)	(52)		(82)	(78)	
<b>Łączny zysk/strata netto Grupy EMF</b>	<b>33</b>	<b>45</b>		<b>3</b>	<b>42</b>	

(1) wynik nie uwzględnia opcji na akcje pracownicze

Najważniejsze wnioski i wydarzenia dotyczące wyników za IV kwartał 2012 roku:

- Wzrost łącznych przychodów Grupy EMF o 4% r/r do 1 123 mln PLN;
- Poprawa przychodów Grupy EMF na bazie porównywalnych sklepów LFL o 2,3% r/r;
- Salony Empik – wysoka sprzedaż artykułów nie-wydawniczych (poszerzenie asortymentu, własne marki); negatywny trend w filmie, muzyce, prasie ze względu na digitalizację treści;
- Empik Digital – wzrost całkowitych przychodów o 40% r/r, wprowadzenie e-czytnika z WiFi i dotykowym ekranem oraz aplikacji do czytania e-booków, uruchomienie sklepu empik.com na urządzenia mobilne;
- Empik Publishing – wzrost całkowitych przychodów o 3% r/r (łącznie ze sprzedażą do Empiku); połączenie wydawnictw w Grupę Wydawniczą Foksal;
- E-commerce – wzrost przychodów o 57% r/r; bardzo wysoka sprzedaż przedświąteczna w empik.com (w tym książki +23%) oraz w smyk.com (kilkukrotny wzrost przychodów);
- Grupa Smyk – otwarcie 15 sklepów w IV kwartale 2012 r.; przychody wzrosły o 9% r/r, wysoka sprzedaż ubrań dziecięcych +28% r/r;
- Szkoły Językowe – wzrost przychodów +18% r/r; otwarcie pierwszej szkoły w Sankt Petersburgu oraz drugiej szkoły w Turcji;
- Grupa Moda i Uroda – wzrost przychodów LFL o 8,5%; restrukturyzacja segmentu: zamknięcia 13 sklepów, wycofanie z nierentownych marek, redukcja kosztów ogólnego zarządu, konwersja 14 sklepów na markę OVS, podpisanie umów joint-venture z markami River Island oraz OVS.

## 1.2. Działalność zaniechana

Wyniki działalności zaniechanej zostały zaprezentowane oddzielnie od działalności kontynuowanej. Do działalności zaniechanej zostały wyodrębnione wyniki następujących aktywów:

### 1. Wyniki sklepów sieci Peacocks.

Na początku 2012 r. Zarząd Grupy EMF otrzymał informację, iż w dniu 19 stycznia 2012 r. został ustanowiony zarząd komisaryczny dla Peacock's Stores Limited (Peacocks), jednego z istotnych dostawców Grupy. Sytuacja ta była skutkiem długotrwałych problemów finansowych tej spółki i niepowodzenia podejmowanych prób restrukturyzacji zobowiązań finansowych Peacocks oraz innych marek. Ponadto w liście datowanym 22 lutego 2012 r., Zarząd został poinformowany, iż Peacocks podjął decyzję o restrukturyzacji swej działalności, zamykając biznes międzynarodowy i rozwiązując istniejące umowy franczyzowe (w tym umowę z Grupą NFI EMF). W zaistniałej sytuacji, Grupa zaprzestała działalności w zakresie sprzedaży towarów marki Peacocks na terenie Polski, Rosji i Ukrainy. Na początku 2012 roku Grupa EMF prowadziła w modelu franczyzowym 59 sklepów Peacocks w trzech krajach. Do końca 2012 roku 58 sklepów zostało zamkniętych lub przekonwertowanych na inne marki. Planowane jest zamknięcie ostatniego sklepu w I kwartale 2013 r.

### 2. Wybrane sieci franczyzowe

Zarząd Grupy EMF podjął decyzję o wycofaniu się z prowadzenia sieci sklepów marek Mexx, Wallis, Dune, w Polsce oraz Orsay i Tally Weijl w Rosji. Powodem decyzji był brak możliwości założenia spółek joint venture, niska rentowność tych sieci oraz decyzja o skupieniu się na inwestycji w najbardziej dochodowe marki. Na początku 2012 r. Grupa EMF prowadziła w modelu franczyzowym łącznie 34 sklepy wyżej wymienionych marek, a na koniec 2012 roku 25 sklepów. Planowane jest zamknięcie pozostałych placówek do końca I kwartału 2013 r.

### 3. Działalność hurtowa w zakresie multimediiów

W trakcie 2012 r. zarząd Grupy podjął decyzję o wycofaniu się z działalności w zakresie hurtowej sprzedaży multimediiów (gry komputerowe, konsole i akcesoria do gier). Przyczyną tej decyzji jest brak perspektyw rozwoju tego typu działalności i pogarszające się wyniki finansowe oraz spadek obrotów rynku gier w tradycyjnym kanale dystrybucyjnym na rzecz Internetu.

### 4. Działalność hurtowa Amersport Rosja

Amersport Sp. z o.o. Sp. k. prowadzi między innymi sprzedaż hurtową oraz detaliczną odzieży i butów (m.in. marek Converse, Merrel) na rynku polskim oraz rosyjskim. W roku 2012 działalność hurtowa w Rosji odnotowała spadek wolumenów sprzedaży oraz straty na działalności operacyjnej. W związku z tym, iż działalność ta nie wykazywała perspektyw rozwoju Zarząd zdecydował o jej zaprzestaniu, pozostawiając jednak działalność detaliczną w Rosji spółki Amersport.

## 1.3. Sieć sprzedaży

Ilość punktów/m <sup>2</sup>	Na koniec 2011		Otwarcia w 2012	Zamknięcia w 2012	Na koniec 2012	
	Ilość	Tys. m <sup>2</sup>	Ilość	Ilość	Ilość	Tys. m <sup>2</sup>
<b>EMF RAZEM</b>	<b>567</b>	<b>303 917</b>	<b>82</b>	<b>18</b>	<b>631</b>	<b>343 241</b>
Salony Empik	180	84 995	11	3	188	86 908
Grupa Smyk	155	149 220	27	4	178	174 058
Szkoły Językowe	106	33 511	9	0	115	35 568
Grupa Moda i Uroda	126	36 191	35	11	150	46 707
Działalność zaniechana	93	29 362	0	67	26	4 314

Na koniec 2012 r. łączna powierzchnia handlowo-usługowa Grupy EMF wynosiła 343,2 tys. m<sup>2</sup>. W ciągu minionego roku sieć handlowo-usługowa Grupy EMF powiększyła się o (netto licząc zamknięcia):

- 8 salonów Empik (małe i średnie miasta w Polsce);
- 23 sklepy w Grupie Smyk (głównie w Polsce i Niemczech – po 9 otwarc);
- 9 szkół języka angielskiego Speak Up (8 w Rosji i 1 w Turcji);
- 24 sklepy w Grupie Moda i Uroda (głównie konwersje ze sklepów Peacocks na markę OVS).

Sieć sprzedaży została zaprezentowana z wyłączeniem sklepów należących do działalności zaniechanej. W 2012 roku zostało zamkniętych 67 sklepów marek, z którymi zostały rozwiązane umowy franczyzowe. Zamknięcie pozostałych 26 sklepów planowane jest do końca I kwartału 2013 r.

## 2. Przychody ze sprzedaży

### 3.1. Porównywalne przychody ze sprzedaży (LFL)

mln PLN (stały kurs)	IV kw. 2012 r/r %	I-IV kw. 2012 r/r %
<b>EMF Razem</b>	<b>2,3%</b>	<b>5,5%</b>
Empik	2,6%	3,3%
Salony Empik	-2,9%	-1,3%
E-commerce	58%	63%
Grupa Smyk	1,0%	5,8%
Grupa Moda i Uroda	8,5%	10,2%

W IV kwartale 2012 r. przychody ze sprzedaży LFL Grupy EMF (na porównywalnej grupie punktów handlowo-usługowych, liczone po kursie stałym) wzrosły o 2,3% r/r. Do pozytywnego wyniku przyczyniła się dodatnia zmiana LFL r/r w Grupie Moda i Uroda (wysoki wzrost sprzedaży w sieciach sklepów franczyzowych z modą) oraz dzięki dynamicznym wzrostom przychodów w kanale internetowym (głównie za sprawą e-sklepów empik.com i smyk.com).

Wzrost przychodów LFL w Grupie Smyk w IV kwartale 2012 r. wynika z wysokiej sprzedaży w Polsce (wzrost o 8,4% r/r). Wynik Grupy obniżyła niska sprzedaż w niemieckiej sieci SpieleMax (-8,6% LFL r/r).

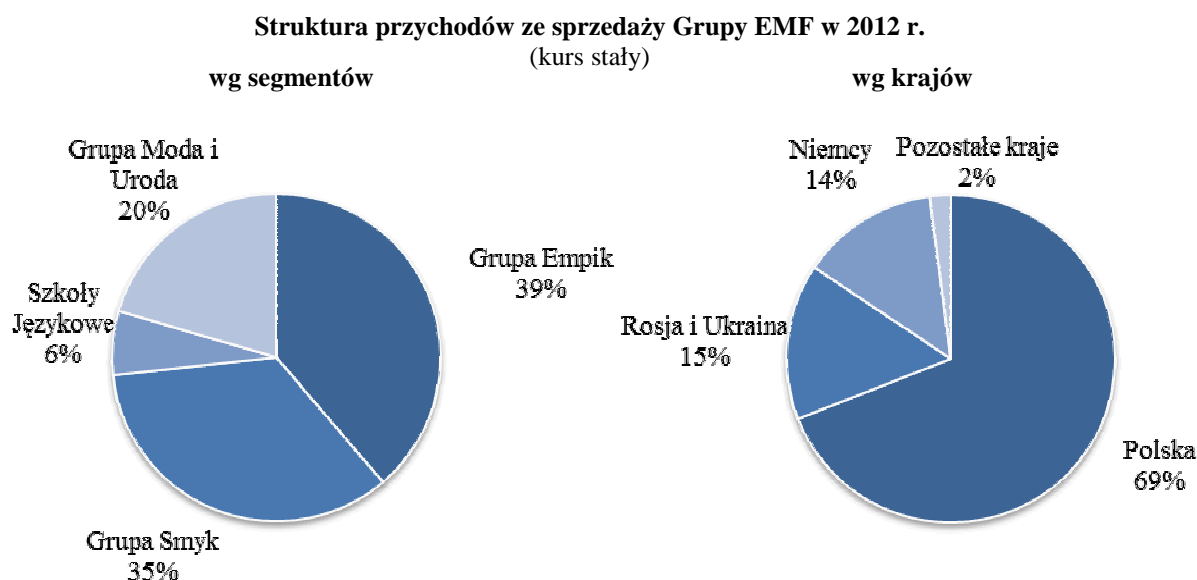
W salonach Empik nastąpił spadek sprzedaży LFL o 2,9% r/r w IV kwartale 2012 r. na skutek mniejszej liczby odwiedzających (zmniejszenie o 2% r/r) oraz trendu spadkowego w sprzedaży w kategoriach film, muzyka, prasa i multimedia. Trend ten został do pewnego stopnia zrekomensowany dynamiką sprzedaży artykułów papierniczych oraz lifestyle.

### 3.1. Całkowite przychody ze sprzedaży

mln PLN	IV kw. 2012	IV kw. 2011	r/r %	I-IV kw. 2012	I-IV kw. 2011	r/r %
<b>EMF Razem</b>	<b>1 123</b>	<b>1 081</b>	<b>4%</b>	<b>3 244</b>	<b>2 900</b>	<b>12%</b>
Grupa Empik	459	440	4%	1 263	1 166	8%
Grupa Smyk	409	375	9%	1 124	969	16%
Szkoły Językowe	63	53	18%	205	176	17%
Grupa Moda i Uroda	192	212	-9%	651	589	10%

Przychody ze sprzedaży Grupy EMF wzrosły w IV kwartale 2012 r. o 4% r/r do 1 123 mln PLN, a w całym 2012 r. o 12% r/r do 3 244 mln PLN. Do wzrostu przychodów najbardziej przyczyniły się spółki z Grupy Smyk oraz Grupy Empik. Szkoły Językowe również zanotowały duży wzrost przychodów (18% r/r), lecz ze względu na inny profil działalności nie kontrybuują tak znacząco do całości przychodów Grupy EMF.

Struktura przychodów ze sprzedaży Grupy EMF wg segmentów w 2012 r. nie zmieniła się w stosunku do 2011 roku. Największy udział w przychodach ze sprzedaży ma Grupa Empik (39%), następnie Grupa Smyk (35%) i nieco mniejszy udział Grupa Moda i Uroda (20%). Szkoły Językowe mają nadal niewielki udział w sprzedaży całej Grupy EMF (6%).



Analizując strukturę sprzedaży według krajów widać, że nadal większość przychodów Grupy EMF pochodzi z Polski – 69%. Przychody z Rosji i Ukrainy stanowią 15% sprzedaży na co składają się przychody grup Maratex (sieć 68 sklepów franczyzowych na terenie obu krajów), przychody Grupy Smyk (26 sklepów) oraz Szkół Językowych (34 szkoły). Znaczące przychody Grupy EMF pochodzą również z Niemiec (14%), za co w całości odpowiada spółka Spiele Max AG wchodząca w skład GrupySmyk, zajmująca się sprzedażą artykułów dziecięcych w sieci 54 sklepów.

### 3. Wyniki operacyjne

#### Marża brutto

	IV kw. 2012 mln PLN	IV kw. 2011 mln PLN	r/r %	IV kw. 2012 %	IV kw. 2011 %	p.p. r/r
<b>EMF Razem</b>	<b>478</b>	<b>454</b>	5%	<b>42,6%</b>	<b>42,0%</b>	<b>0,6</b>
Grupa Empik	180	169	7%	39,3%	38,4%	0,9
Grupa Smyk	171	153	12%	41,8%	40,7%	1,1
Szkoły Językowe	48	38	25%	75,5%	71,4%	4,1
Grupa Moda i Uroda	79	92	-14%	41,1%	43,4%	-2,3
Pozostałe	0	2	-100%			

W IV kwartale 2012 r. rentowność brutto na sprzedaży Grupy EMF wzrosła o 0,6 p.p. w porównaniu z rokiem 2011, a dzięki wzrostowi przychodów marża brutto w ujęciu wartościowym wzrosła o 5% r/r do 478 mln PLN. Do wzrostu przyczyniła się Grupa Smyk (rozwój sieci sprzedaży oraz dobre wyniki kategorii ubranka), salony Empik, segment E-commerce oraz Szkoły Językowe (przyrost zapisów uczniów w szkołach Speak Up oraz otwarcie szkół w Rosji).

#### Wynik EBITDA z działalności operacyjnej

	IV kw. 2012 mln PLN	IV kw. 2011 mln PLN	r/r %	IV kw. 2012 %	IV kw. 2011 %	p.p. r/r
<b>EMF Razem</b>	<b>171</b>	<b>159</b>	<b>+8%</b>	<b>15%</b>	<b>15%</b>	<b>0,5</b>
Grupa Empik	79	71	+12%	17%	16%	1,1
Grupa Smyk	69	64	+7%	17%	17%	-0,3
Szkoły Językowe	19	14	+42%	31%	26%	5,1
Grupa Moda i Uroda	10	8	+30%	5%	4%	1,6
Holding NFI EMF	(6)	2				

	I-IV kw. 2012	I-IV kw. 2011	r/r %	I-IV kw. 2012	I-IV kw. 2011	p.p. r/r
<b>EMF Razem</b>	<b>280</b>	<b>278</b>	<b>+1%</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>	<b>-1,0</b>
Grupa Empik	132	123	+7%	10%	11%	-0,1
Grupa Smyk	108	106	+2%	10%	11%	-1,3
Szkoły Językowe	46	36	+25%	22%	21%	1,5
Grupa Moda i Uroda	24	23	+6%	4%	4%	-0,2
Holding NFI EMF	(31)	(11)				

Wynik EBITDA z działalności operacyjnej Grupy EMF w IV kwartale 2012 r. wzrosła o 8% r/r do 171 mln PLN. W salonach Empik zysk wzrósł mimo spadku sprzedaży LFL, ze względu na osiągnięcie wyższej rentowności sprzedaży w kategoriach: książka, film, prasa i multimedia. W segmencie E-commerce wzrost EBITDA był możliwy dzięki rozwojowi biznesu (uruchomienie smyk.com i nowe kategorie produktów) i dynamicznemu wzrostowi przychodów.

Wzrost zysku EBITDA w Grupie Smyk jest rezultatem szybkiego rozwoju sieci oraz poprawy rentowności brutto w kategorii zabawki i wózki. Dodatnią dynamikę EBITDA zanotowały również Szkoły Językowe głównie za sprawą rozwoju sieci w Rosji.

W Grupie Moda i Uroda w IV kwartale 2012 r. zysk EBITDA wzrósł o 30% r/r do 10 mln PLN. Sklepy franczyzowe w Polsce poprawiły zysk o 14 mln PLN, dzięki wysokiej dynamice sprzedaży LFL, poprawie warunków handlowych współpracy z markami ESPRIT, Aldo, New Look, River Island i GAP, a także dzięki działaniom restrukturyzacyjnym (zamykanie nierentownych sklepów, optymalizacja kosztów zarządzania siecią sprzedaży oraz kosztów centrali). Z kolei w spółkach zajmujących się dystrybucją hurtową zysk EBITDA spadł o 18 mln PLN, głównie z powodu wysokiej bazy w IV kwartale 2011 r. (zaksięgowano 15 mln PLN zysku ze sprzedaży udziałów w spółce EPCD, dystrybuującej kosmetyki Dior).

#### 4. Czynniki nie związane z działalnością podstawową mające wpływ na wynik finansowy netto

mln PLN	IV kw. 2012	IV kw. 2011	I-IV kw. 2012	I-IV kw. 2011
<b>EBITDA z dział. operacyjnej</b>	<b>171</b>	<b>159</b>	<b>280</b>	<b>278</b>
Wycena opcji na akcje prac.	(22)	(3)	(29)	(17)
Amortyzacja	(37)	(48)	(128)	(117)
<b>EBIT</b>	<b>112</b>	<b>108</b>	<b>122</b>	<b>144</b>
Odsetki	(12)	(12)	(52)	(47)
Różnice kursowe	(0)	(1)	(0)	(1)
Wycena opcji put	0	(8)	(5)	13
Udział w zysku/(stracie) jednostek stowarzyszonych	1	(0)	2	(0)
Pozostałe	(6)	(0)	(35)	(2)
<b>Zysk/(strata) brutto</b>	<b>95</b>	<b>86</b>	<b>31</b>	<b>108</b>
Podatek	(22)	10	54	13
<b>Zysk/(strata) netto z działalności kontynuowanej</b>	<b>74</b>	<b>96</b>	<b>84</b>	<b>121</b>

Głównymi czynnikami, które miały wpływ na wynik netto Grupy EMF na działalności kontynuowanej w IV kwartale 2012 r., nie związanymi z podstawową działalnością były:

- Wycena opcji na akcje pracownicze (-22 mln PLN);
- Amortyzacja i odpisy z tytułu utraty wartości (-37 mln PLN).

#### 5. Zadłużenie netto

mln PLN	koniec IV kw.11	koniec I kw.12	koniec II kw.12	koniec III kw.12	koniec IV kw.12
<b>Dług netto</b>	<b>364</b>	<b>691</b>	<b>679</b>	<b>705</b>	<b>447</b>
Środki pieniężne	-325	-82	-115	-113	-264
Zadłużenie	689	773	794	819	711
<i>Wskaźniki kredytowe:</i>					
Dług netto/EBITDA	1,4	2,7	2,7	2,9	1,6
Dług/Kapitały własne	1,3	1,6	1,6	1,4	1,1

Wskaźniki wymagalności kredytowej Grupy EMF na koniec IV kwartału 2012 r. znajdują się na bezpiecznym poziomie 1,6x dla Dług netto/EBITDA i 1,1x dla Dług/Kapitały własne.

Dług netto wzrósł w 2012 r. o 83 mln PLN w stosunku do 2011 r., co wynika m.in. z wyższych wydatków inwestycyjnych oraz ujemnych przepływów pieniężnych z działalności zaniechanej.

## 6. Wydatki inwestycyjne

Łączne wydatki inwestycyjne w IV kwartale 2012 r. wyniosły 82 mln PLN, co oznacza wzrost o 53%. Zmniejszyły się wydatki na projekty IT i logistykę. Wzrosły natomiast wydatki na nowe punkty sprzedaży ze względu na dużą liczbę otwarć w Grupie Smyk (27 otwarć w ciągu 2012 r., w tym 6 Smyk Megastore) oraz szkół językowych (9 nowych placówek w 2012 r.).

W związku z rozwojem całej sieci Grupy EMF, która w 2012 roku powiększyła się o 64 sklepy/szkoły, wzrost łącznie o prawie 40 tys. m<sup>2</sup>, zwiększyły się także wydatki na utrzymanie i modernizację o 7 mln PLN w IV kwartale 2012 r.

mln PLN	IV kw. 2012	IV kw. 2011	r/r %	I-IV kw. 2012	I-IV kw. 2011	r/r %
<b>Inwestycje (Capex)</b>	<b>82</b>	<b>54</b>	<b>53%</b>	<b>228</b>	<b>167</b>	<b>37%</b>
Nowe punkty sprzedaży	59	33	79%	124	76	62%
Płatności zobowiązań dotyczących lat poprzednich	2	0	-	41	27	50%
Utrzymanie i modernizacje	15	8	87%	29	22	34%
Projekty IT/Log	6	13	-51%	34	41	-17%



## 7. Grupa Empik

mln PLN	IV kw. 2012	IV kw. 2011	r/r %	LFL	I-IV kw. 2012	I-IV kw. 2011	r/r %	LFL
Przychody	459	440	4%	2,6%	1 263	1 166	8%	3,3%
Salony Empik	384	385	0%	-2,9%	1 057	1 034	2%	-1,3%
Publishing	10	13	-26%		27	19	45%	
Digital	7	5	30%		23	16	44%	
E-Commerce	58	37	57%	57,5%	156	97	61%	61%
Marża brutto	180	169	7%		484	443	9%	
EBITDA	79	71	12%		132	123	7%	
Zysk netto <sup>(1)</sup>	54	50	8%		142	71	100%	

(1) Nie uwzględnia wyceny opcji zakupu udziałów w spółkach zależnych w wysokości 2,6 mln PLN w IV kw. 2012 r.; -1,1 mln PLN w IV kw. 2011 r. oraz -1,4mln PLN w I-IV kw. 2012 r.; -1,6 mln PLN w I-IV kw. 2011 r.

W IV kwartale 2012 r. przychody Grupy Empik wzrosły o 4% r/r do 459 mln PLN do czego przyczynił się segment sprzedaży internetowej E-commerce. Marża brutto Grupy Empik wzrosła o 7% r/r do 180 mln PLN, co oznacza wzrost marży procentowej o 1 p.p. z 38% do 39%. Utrzymanie kosztów operacyjnych na niskim poziomie pozwoliło również zwiększyć marżę EBITDA zarówno w salonach jak i w segmencie E-commerce.

### SALONY EMPIK

W IV kwartale 2012 r. Empik otworzył kolejne 2 salony w bardzo dobrych lokalizacjach w centrach handlowych. Obecnie sieć salonów liczy już 188 placówek. Istotnym wydarzeniem, które miało miejsce już w styczniu 2013 było otwarcie nowego salonu Empik w CH Blue City w Warszawie w zupełnie nowej aranżacji wizualnej. Premierowy koncept dzieli ofertę tematycznie, a nie po kategoriach. Jest to mix sześciu światów: nauka&natura, kultura kuchni, świat zmysłów, dom&wnętrza, podróże&odkrycia, dziecko&rodzina.

Sprzedaż w salonach Empik utrzymała się w IV kwartale 2012 r. na podobnym poziomie jak w roku poprzednim, a na bazie LFL spadła o 2,9% r/r, głównie ze względu na spadek przychodów LFL w filmie, muzyce, prasie i multimediami. Łączne przychody ze sprzedaży wyniosły w IV kwartale 2012 r. 384 mln PLN.

W grudniu 2012 r. sprzedaż świąteczną wspierała wyjątkowa akcja marketingowa, która miała dwa razy większy zasięg niż w roku poprzednim. Wydano cztery świąteczne multibranżowe wydania Tom Kultury, odbyła się kampania zewnętrzna komunikująca najlepsze prezenty do kupienia w salonach Empik oraz kampania outdoorowa, radiowa i kinowa komunikująca Empik jako miejsce z najlepszymi pomysłami na prezenty gwiazdkowe.

W Empiku poprawiła się rentowność procentowa na poziomie zysku brutto oraz EBITDA. Wyższa rentowność jest rezultatem wzrostu udziału w sprzedaży artykułów papierniczych i lifestyle (z 16% do 20% r/r), dzięki znaczącemu poszerzeniu asortymentu. Ta kategoria produktów charakteryzuje się najwyższą rentownością w całej ofercie Empiku. Ponadto wzrost rentowności jest wynikiem wynegocjowania korzystniejszych warunków handlowych z dostawcami, szczególnie w obrębie kategorii film, multimedia i książka.

Przychody ze sprzedaży **książek** wzrosły o 1,3% r/r, a na bazie porównywalnych sklepów LFL sprzedaż spadła o 0,9%. Sprzedaż **artykułów papierniczych i lifestyle** wzrosła w IV kwartale 2012 r. o 20% na bazie LFL r/r, co jest rezultatem ciągłego poszerzania asortymentu, coraz lepszej ekspozycji towaru a także atrakcyjnej oferty cenowej.

W kategorii **multimedia** przychody spadły o 14% na bazie LFL r/r. Spadek przychodów wynika z braku premier popularnych gier. Wysoką sprzedaż miały własne akcesoria konsolowe sprzedawane pod marką „Go Game”, które zostały wprowadzone do Empików w III kwartale 2012 r. Dużą popularnością cieszył się również kolejny model e-czytnika „Pocket book” z bezprzewodowym dostępem do internetu oraz dotykowym ekranem w cenie detalicznej 499 PLN.

Spadek przychodów nastąpił w kategoriach **muzyka, film i prasa** (-13% na bazie LFL r/r), co wynika z ograniczenia asortymentu w tych kategoriach, a także spadkowego trendu rynkowego na rzecz sprzedaży wersji cyfrowych plików muzycznych, filmowych, gazet w kanale internetowym.

## **EMPIK PUBLISHING**

Trzy **wydawnictwa**, w których udziałowcem większościowym była spółka NFI EMF S.A. w grudniu 2012 r. połączyły się tworząc spółkę Grupa Wydawnicza FOKSAL S.A. Obecnie NFI EMF S.A. posiada 78,4% udziałów w nowym podmiocie. Połączenie wydawnictw pozwoli na uzyskanie efektów synergii poprzez optymalizację kosztów logistyki i zatrudnienia szczególnie w obszarze tzw. back office.

W 2012 roku wydawnictwa należące do Grupy EMF wydały 784 książek (o ponad 100 tytułów więcej niż w 2011 roku), w tym ponad połowę stanowiły nowości. Łącznie w ubiegłym roku sprzedano 6,1 mln egzemplarzy książek, o prawie 1 mln więcej niż w roku 2011. Największym hitem okazała się „Irena” Małgorzaty Kalicińskiej (85 tys. egzemplarzy) oraz dwa tytuły noblisty z 2012 roku Mo Yana (po 30 tys. egzemplarzy).

Przychody wydawnictw wyniosły w IV kwartale 2012 r. 10 mln PLN, a łącznie ze sprzedażą do salonów Empik 18,5 mln PLN (wzrost o 3% r/r). Spadek przychodów wydawnictw do odbiorców poza Grupą EMF, nastąpił ze względu na wyjątkowo duże dostawy towaru do odbiorców pod koniec 2011 roku, co przełożyło się na niższą sprzedaż w I połowie 2012 roku.

## **EMPIK DIGITAL**

Spółki należące do segmentu Empik Digital zajmują się agregacją i dystrybucją kontentu w formie cyfrowej: muzyka, książki, gry (e-Muzyka, Virtualo, GRY-OnLine, Biblioteka Akustyczna). W IV kwartale 2012 r. spółki należące do tego segmentu wypracowały przychody na poziomie 7 mln PLN (nie licząc sprzedaży wewnątrz Grupy EMF) co oznacza wzrost o 30% r/r. Uwzględniając sprzedaż e-booków Virtualo do empik.com całkowita sprzedaż segmentu Empik Digital wzrosła o 40% r/r. Poniżej przedstawiamy najważniejsze wydarzenia, które wpłynęły na wyniki za IV kwartał 2012 r.

**Spółka e-Muzyka** podpisała z umowę z Polkomtel S.A. przedłużającą współpracę w obszarze serwisu Muzodajnia o kolejne dwa lata. Obecnie spółka Polkomtel S.A. jest największym klientem e-Muzyka, dlatego też przedłużenie umowy ma charakter strategiczny i zabezpiecza sytuację finansową spółki.

**Spółka Virtualo** systematycznie poszerza katalog produktów umacniając pozycję lidera w dystrybucji e-booków w Polsce. Obecnie w ofercie posiada już ponad 19 tys. polskich komercyjnych tytułów e-booków i audiobooków (wzrost o 100% od początku 2012 r.). Najistotniejszym wydarzeniem ostatniego kwartału 2012 r. w spółce było podpisanie umów pomiędzy Orange, Empik Digital oraz Virtualo na budowę unikalnego serwisu wypożyczalni e-booków w systemie subskrypcyjnym - „Czytelnia Tu i Tam”. Projekt został uruchomiony dla klientów sieci Orange w lutym 2013 r.

## **E-COMMERCE**

Na segment E-commerce składają się sklepy/serwisy internetowe empik.com, smyk.com, empikfoto.pl, empiktravel.pl oraz Gandalf.com.pl. W IV kwartale 2012 r. osiągnęły one bardzo dobre wyniki finansowe wykazując wysoką dynamikę wzrostu sprzedaży połączoną ze wzrostem marży brutto. Przychody ze sprzedaży w segmencie E-commerce wyniosły 58 mln PLN (+57% r/r). We wszystkich sklepach internetowych należących do Grupy EMF zanotowano duże wzrosty odwiedzin oraz liczby transakcji.

Dużym sukcesem była sprzedaż nowego e-czytnika „Pocket book”, co przełożyło się na szerokie zainteresowanie ofertą ebooków na **empik.com**. Sklep **smyk.com** systematycznie poszerza swoją ofertę - w IV kwartale 2012 r. wprowadzono kolejną kategorię: żywność dla dzieci.

Sklep **Gandalf.com.pl** specjalizujący się głównie w sprzedaży podręczników przez Internet, cały czas poszerza swój asortyment nie tylko książek nie-educacyjnych, ale także w innych kategoriach jak muzyka, filmy oraz gry. W listopadzie 2012 r. sklep zajął pierwsze miejsce w rankingu Księgarni Internetowych sporządzonym przez serwis Money.pl i dziennik „Gazeta Wyborcza”.

## 8. Grupa Smyk

mln PLN	IV kw. 2012	IV kw. 2011	r/r %	LFL	I-IV kw. 2012	I-IV kw. 2011	r/r %	LFL
Przychody	409	375	9%	1,0%	1 124	969	16%	5,8%
Polska	174	162	8%	8,4%	499	423	18%	11,1%
Niemcy	174	166	5%	-8,6%	440	414	6%	-2,3%
Pozostałe kraje	61	47	29%	12,2%	184	132	40%	14,0%
Marża brutto	171	153	12%		481	413	16%	
EBITDA	69	64	7%		108	106	2%	
Zysk netto <sup>(1)</sup>	44	69	-36%		51	83	-38%	

(1) Nie uwzględnia wyceny opcji zakupu udziałów w spółkach zależnych w wysokości -1,0 mln PLN w IV kw. 2012 r.; -0,5 mln PLN w IV kw. 2011 r. oraz -3,0 mln PLN w I-IV kw. 2012 r.; -0,3 mln PLN w I-IV kw. 2011 r.

Grupę Smyk tworzą spółki prowadzące sieci sklepów z artykułami dziecięcymi. W IV kwartale 2012 r. sprzedaż Grupy wniosła 409 mln PLN, co oznacza wzrost o 9% r/r, a na bazie porównywalnych sklepów Grupa zanotowała wzrost sprzedaży na poziomie 1,0% r/r. Łącznie wszystkie spółki z Grupy Smyk wypracowały w IV kwartale 2012 r. marżę brutto w wysokości 171 mln PLN, co przekłada się na wzrost o 12% w stosunku do 2011 roku.

W sieciach sklepów **Smyk w Polsce** sprzedaż wzrosła o 8% r/r, a na bazie porównywalnych sklepów LFL o 8,4% r/r. Smyk wciąż rozwija swoją sieć sprzedaży - w ostatnich czterech kwartałach 2012 r. otwarto 9 sklepów oraz 3 zostały powiększone do formatu Smyk Megastore. Obecnie w Polsce działa już 9 sklepów w tym formacie. W IV kwartale 2012 r. sklepy Smyk w Polsce odwiedziło 9,1 mln klientów (+5% r/r), z których 28% dokonało zakupów (wzrost konwersji o 1,1 p.p.), co miało znaczący wpływ na wysokie przychody w ostatnim kwartale 2012 r. Sprzedaż na m<sup>2</sup> wyniosła 7,3 tys. PLN.

Tradycyjnie w IV kwartale 2012 r. w Smyku największą wartość sprzedaży miały zabawki, których udział w sprzedaży wyniósł 46%. Największą dynamikę w stosunku do 2011 roku miała kategoria ubranka (+28% r/r), która charakteryzuje się najwyższą marżą, dzięki temu, że Smyk sprzedaje głównie ubranka własnej marki. Mając na celu dalszy rozwój wysoce rentownych marek własnych - Smyk kładzie duży nacisk na ich promocję oraz wprowadza kolejne, nowe kategorie produktów. Obecnie w sieciach Smyk można nabyć następując marki własne: *Cool Club* (ubranka i buciki), *Smiki* i *Value Toys* (zabawki), *Concept+* (wózki). W I kwartale 2013 r. wprowadzone zostaną kosmetyki dla niemowląt pod marką *Smilo*.

W Niemczech Grupa Smyk sprzedaje artykuły dziecięce w sieci sklepów **Spiele Max AG**. Przychody ze sprzedaży LFL tej spółki spadły w IV kwartale 2012 r. o 8,6% r/r, a liczba klientów o 6,4% r/r. Niska sprzedaż wynika ze słabej koniunktury ekonomicznej w Niemczech oraz bardzo niskiej sprzedaży zabawek pod koniec 2012 roku. Wg danych firmy badawczej NPD - rynek zabawek w tradycyjnym kanale sprzedaży spadł w IV kwartale 2012 r. około 10%.

Smyk posiada także sieć 35 sklepów poza Polską - w **Rosji, na Ukrainie, Turcji i Rumunii**. W tych krajach w IV kwartale 2012 r. zostało otwartych 6 nowych sklepów Smyk, a w całym 2012 roku 9 placówek. Sprzedaż w tych krajach rośnie bardzo dynamicznie: wzrost o 12,2% r/r na bazie LFL, wzrost o 29% r/r na bazie wszystkich sklepów. Wzrost wynika przede wszystkim z większej liczby odwiedzających (+2,1% LFL r/r) oraz rosnącej wartości paragonu (+7,2% LFL r/r).

## 9. Szkoły Językowe

mln PLN	IV kw. 2012	IV kw. 2011	r/r %	I-IV kw. 2012	I-IV kw. 2011	r/r %
<b>Przychody</b>	<b>63</b>	<b>53</b>	<b>18%</b>	<b>205</b>	<b>176</b>	<b>17%</b>
Polska	38	37	2%	128	131	-2%
Rosja i Ukraina	25	16	56%	77	45	72%
Marża brutto	48	38	25%	150	120	24%
<b>EBITDA</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>42%</b>	<b>46</b>	<b>36</b>	<b>25%</b>
Zysk netto <sup>(1)</sup>	13	8	69%	27	24	13%

(1) Nie uwzględnia wyceny opcji zakupu udziałów w spółkach zależnych w wysokości -1,4 mln PLN w IV kw. 2012 r.; -2,6 mln PLN w IV kw. 2011. oraz -6,2 mln PLN w I-IV kw. 2012.; -3,7 mln PLN w I-IV kw. 2011.

Na koniec IV kwartału 2012 r. spółki należące do segmentu Szkoły Językowe liczyły 115 placówek w Polsce, Rosji, na Ukrainie i w Turcji. W ostatnim kwartale 2012 r. zostały otwarte 2 szkoły, a w całym 2012 roku 9 placówek. W I kwartale 2013 r. spółka zamierza otworzyć kolejne 9 szkół w Rosji i Turcji.

Przychody sieci szkół językowych wzrosły w IV kwartale 2012 r. o 18% r/r do 63 mln PLN, dzięki rozwojowi sieci w Rosji (8 nowych szkół w porównaniu do IV kwartału 2011 r.). Marża brutto ze sprzedaży wzrosła w IV kwartale 2012 r. o 25% r/r do 48 mln PLN, zarówno dzięki wzrostowi przychodów, jak też poprawie rentowności brutto do 75%, o prawie 4 p.p. Wzrost marży wynika z szybkiego rozwoju szkół Speak Up, które mają wyższą rentowność operacyjną niż empik school. Poprawa marży była osiągnięta także dzięki optymalizacji kosztów nauczycieli oraz wyższym rabatami od dostawców materiałów edukacyjnych. Zysk EBITDA wzrósł o 42% r/r, do 19 mln PLN, głównie dzięki zwiększeniu liczby szkół, czyli skali działania przy niewielkim wzroście kosztów centralnych i back office, które są w większości stałe dla poszczególnych krajów.

**W Polsce** przychody wzrosły o 2% r/r do 38 mln PLN. W szkołach empik school przychody pozostały na podobnym poziomie jak w 2011 roku, ilość zapisów na sezon jesienny wzrosła o 5%, a odsetek rezygnacji pozostał na poziomie 2011 roku, czyli 3%. Kursy językowe w elastycznym modelu rozkładu zajęć, czyli sieci szkół Speak Up cieszyły się dużo większą popularnością. Ilość zapisów wzrosła w tej sieci o 10% r/r, a przychody ze sprzedaży o 16% r/r do 15 mln PLN. Dzięki temu, że rentowność sprzedaży w Speak Up jest wyższa niż w sieci empik school, szkoły językowe w Polsce osiągnęły wyższy o 10% r/r zysk EBITDA w IV kwartale 2012 r. niż porównywalnym okresie 2011 roku.

Łącznie we wszystkich krajach w sieci **Speak Up** w IV kwartale 2012 r. sprzedano ponad 8,3 tys. kursów, co oznacza wzrost o 13% r/r. Od listopada 2012 r. we wszystkich nowo otwartych szkołach wprowadzany jest nowy, bardzo nowoczesny i przyjazny uczniom wystrój wnętrz ze zmienioną aranżacją. Stopniowo remonty będą także przeprowadzane w starych szkołach sieci Speak Up.

**W Rosji i na Ukrainie** przychody sieci szkół Speak Up wzrosły łącznie o 56% r/r do 25 mln PLN, głównie ze względu na ekspansję w Rosji. W IV kwartale 2012 r. została otwarta pierwsza szkoła w Sankt Petersburgu i obecnie w Rosji działają już 24 szkoły Speak Up. W I kwartale 2013 r. planowane jest otwarcie kolejnych 4 szkół w Sankt Petersburgu.



## 10. Grupa Moda i Uroda

mln PLN	IV kw. 2012	IV kw. 2011	r/r %	LFL	I-IV kw. 2012	I-IV kw. 2011	r/r %	LFL
<b>Przychody</b>	192	212	-9%	9%	651	589	10%	10%
Polska	55	58	-5%	4%	187	139	35%	8%
Rosja i Ukraina	82	75	10%	11%	264	198	33%	11%
Dystrybucja	55	80	-30%	n/a	201	252	-21%	n/a
Marża brutto	79	92	-14%		292	278	5%	
<b>EBITDA</b>	10	8	30%		24	23	6%	
Zysk netto <sup>(1)</sup>	0	(12)	-102%		(10)	(12)	-20%	

(1) Nie uwzględnia wyceny opcji zakupu udziałów w spółkach zależnych w wysokości -4,0 mln PLN w IV kw. 2011 r.; +5,3 mln PLN w I-IV kw. 2012 r. oraz +19,1 mln PLN w I-IV kw. 2011.

Sieć sklepów w segmencie Moda i Uroda liczyła na koniec 2012 roku 150 placówek w trzech krajach, obejmując siedem marek modowych. Ponadto 26 sklepów przeznaczonych jest do zamknięcia i ich wyniki prezentowane są jako działalność zaniechana. W ostatnim kwartale 2012 r. nastąpiło otwarcie 14 sklepów marki OVS w Rosji (konwersja z marki Peacocks). Łącznie działają obecnie 23 sklepy marki OVS w Rosji i na Ukrainie.

Przedstawione powyżej wyniki finansowe Grupy Moda i Uroda uwzględniają tylko wyniki działalności kontynuowanej. Przychody ze sprzedaży w Grupie spadły w IV kwartale 2012 r. o 9% r/r do 192 mln PLN. Niska dynamika sprzedaży wynika przede wszystkim z tzw. wysokiej bazy w IV kwartale 2011 r. W ciągu 2011 roku nastąpiło wyjście z niektórych marek (Mango, Hugo Boss), a także sprzedano część udziałów w spółce dystrybuującej kosmetyki Dior. Łączny efekt tych dwóch czynników to 29 mln PLN w IV kwartale 2011 r.

Przychody sieci sklepów franczyzowych spadły w IV kwartale 2012 r. w Polsce o 5% r/r do 55 mln PLN, natomiast w Rosji i na Ukrainie sprzedaż wzrosła o 10% r/r do 82 mln PLN. Sprzedaż na bazie LFL w sklepach ESPRIT wzrosła o 8% r/r, dzięki nie tylko udanej kolekcji, ale także niższym cenom oraz nowemu, nowoczesnemu formatowi sklepów (na razie tylko w Rosji). Przychody sklepów River Island wzrosły o 10% r/r na bazie LFL, również głównie dzięki udanym kolekcjom oraz niższym cenom (nastąpiła poprawa wskaźników odwiedzin oraz konwersji). Bardzo dobry wynik sprzedaży miały też sklepy marki Aldo, wykazując wzrost sprzedaży o 5% r/r na bazie LFL, głównie dzięki trafionej w gusta klientów kolekcji oraz akcji marketingowej o szerokim zasięgu z okazji obchodów 40-lecia firmy Aldo połączonej z akcjami promocyjnymi

W Grupie Moda i Uroda zysk EBITDA wzrósł o 30% r/r, do 10 mln PLN. Dobry wynik został osiągnięty przez sieci sklepów franczyzowych, które wypracowały w IV kwartale 2012 r. wyższy zysk EBITDA o 20 mln PLN. Poprawa zysku wynika z restrukturyzacji segmentu modowego: (1) wycofanie z prowadzenia nierentownych marek; (2) poprawa warunków współpracy z markami ESPRIT (m.in. większe rekompensaty oraz współfinansowanie inwestycji w sklepy, wydłużenie terminów płatności), Aldo (m.in. zniesienie opłaty franczyzowej, gwarancja minimalnego zysku EBITDA, wydłużenie terminów płatności), New Look (działanie na zasadzie podziału zysku); (3) zawiązanie spółek joint venture z markami River Island (Polska, Rosja) oraz OVS (Rosja, Ukraina); (4) optymalizacja kosztów logistyki oraz kosztów centrali i redukcje zatrudnienia.

Dynamika zysku EBITDA w IV kwartale 2012 r. segmentu Moda i Uroda byłaby jeszcze wyższa gdyby nie efekt wysokiej bazy w IV kwartale 2011 r., kiedy to zaksięgowano 15 mln PLN zysku ze sprzedaży udziałów w spółce EPCD, dystrybuującej kosmetyki Dior.

W Grupie Optimum (dystrybucja luksusowych kosmetyków, odzieży sportowej i obuwia) w IV kwartale 2012 r. przychody spadły o 31% r/r ze względu na zaprzestanie konsolidacji wyników spółek EPCD. W IV kwartale 2011 r. przychody z tego tytułu wyniosły 26 mln PLN.

## **11.Plany na 2013 rok**

### **Grupa Smyk**

- Utrzymanie pozycji lidera w Polsce
  - Dalsze otwarcia
  - Rozwój handlu internetowego
- Ekspansja międzynarodowa: Rosja, Turcja, Niemcy
- Marki własne: wzbogacenie oferty własnej marki modowej (Cool Club), zwiększenie udziału własnych zabawek (Smiki, Value Toys), wprowadzenie kosmetyków dla niemowląt (Smilo)

### **Grupa Empik**

- Zastąpienie nisko-marżowych kategorii o malejącej sprzedaży (prasa, muzyka, filmy , multimedia) asortymentem nie-wydawniczym (artykuły podarunkowe, papiernicze, wyposażenia wnętrz, akcesoria kuchenne, przybory szkolne, gadgety, itp.)

### **Empik Publishing**

- Tworzenie kontentu na potrzeby sprzedaży w Empiku, E-commerce, Digital oraz Smyku;

### **E-commerce**

- Empik.com - rozszerzenie oferty w zakresie kategorii nie-wydawniczych (art. papiernicze, podarunkowe, sportowe, kosmetyki, zabawki, ubrania) oraz rozwój kategorii lokalnych (np. podręczniki, podróże, bilety, używane gry i książki)
- Smyk.com – uzyskanie wiodącej pozycji handlu zabawkami na rynku w Polsce
- Rozwój online zagranicą: Turcja, Rosja, Niemcy

### **Szkoły Językowe**

- Ekspansja międzynarodowa: Rosja, Turcja
- Uruchomienie szkoły SpeakUp Online

## 11.Sieć sprzedaży

	IV kwartał 2011		I kwartał 2012		II kwartał 2012		III kwartał 2012		Zmiany w IV kw. 2012		Zmiany w I-IV kw. 2012		IV kwartał 2012	
	Ilość	m <sup>2</sup>	Ilość	m <sup>2</sup>	Ilość	m <sup>2</sup>	Ilość	m <sup>2</sup>	otwarcia	zamknięcia	otwarcia	zamknięcia	ilość	m <sup>2</sup>
<b>EMF RAZEM</b>	<b>567</b>	<b>303 917</b>	<b>582</b>	<b>307 825</b>	<b>596</b>	<b>317 882</b>	<b>602</b>	<b>322 743</b>	<b>34</b>	<b>5</b>	<b>82</b>	<b>18</b>	<b>631</b>	<b>343 241</b>
<b>Salony Empik</b>	<b>180</b>	<b>84 995</b>	<b>192</b>	<b>85 545</b>	<b>187</b>	<b>87 077</b>	<b>187</b>	<b>87 077</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>188</b>	<b>86 908</b>
<b>Grupa Smyk</b>	<b>155</b>	<b>149 220</b>	<b>156</b>	<b>151 921</b>	<b>160</b>	<b>155 299</b>	<b>164</b>	<b>159 066</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	<b>27</b>	<b>4</b>	<b>178</b>	<b>174 058</b>
Polska	81	64 554	82	66 422	85	69 050	86	69 550	4	1	9	1	89	76 466
Niemcy (SpieleMax)	47	67 875	47	67 875	48	68 625	49	70 715	5	0	9	2	54	74 764
Rosja	14	7 806	14	8 027	14	8 027	16	9 299	2	0	4	0	18	10 219
Ukraina	8	6 143	8	6 143	8	6 143	7	5 463	1	0	1	1	8	6 068
Turcja	3	2 012	3	2 012	3	2 012	4	2 597	3	0	4	0	7	5 099
Rumunia	2	831	2	1 442	2	1 442	2	1 442	0	0	0	0	2	1 442
<b>Szkoły Językowe</b>	<b>106</b>	<b>33 511</b>	<b>109</b>	<b>34 432</b>	<b>111</b>	<b>34 693</b>	<b>113</b>	<b>35 034</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>115</b>	<b>35 568</b>
Polska	79	25 927	79	26 162	79	26 162	79	26 162	0	0	0	0	79	26 162
Ukraina	10	2 891	10	2 891	10	2 891	10	2 891	0	0	0	0	10	2 891
Rosja	16	4 093	19	4 779	21	5 040	23	5 381	1	0	8	0	24	5 575
Turcja	1	600	1	600	1	600	1	600	1	0	1	0	2	940
<b>Grupa Moda i Uroda</b>	<b>126</b>	<b>36 191</b>	<b>125</b>	<b>35 927</b>	<b>138</b>	<b>40 813</b>	<b>138</b>	<b>41 566</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>35</b>	<b>11</b>	<b>150</b>	<b>46 707</b>
Ultimate Fashion (PL)	59	18 408	57	17 793	60	18 991	61	19 550	0	0	6	4	61	19 550
Maratex Rosja	35	13 222	35	13 437	41	16 006	41	16 292	14	2	22	4	53	21 578
Maratex Ukraina	14	2 916	14	2 916	17	3 964	15	3 766	0	0	3	2	15	3 571
Amersport	18	1 645	19	1 781	20	1 852	21	1 958	1	1	4	1	21	2 008
<b>Działalność zaniechana</b>	<b>93</b>	<b>29 362</b>	<b>85</b>	<b>26 290</b>	<b>59</b>	<b>16 199</b>	<b>39</b>	<b>9 119</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>67</b>	<b>26</b>	<b>4 314</b>
Peacocks	59	24 136	52	21 179	27	11 291	10	4 491	0	9	0	58	1	398
Wallis	14	1 983	14	1 983	14	1 983	13	1 862	0	2	0	3	11	1 606
Mexx	7	1 615	7	1 615	6	1 412	6	1 412	0	2	0	3	4	965
Orsay	9	1 186	9	1 195	9	1 195	9	1 195	0	0	0	0	9	1 186
Dune	2	159	2	159	2	159	0	0	0	0	0	2	0	0
Tally Weijl	2	282	1	159	1	159	1	159	0	0	0	1	1	159