

# Analiza Finansowa Zarządu

Empik Media & Fashion S.A. za IV kwartał i 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 roku

1. STRUKTURA ORGANIZACYJNA GRUPY EM&F .....	2
2. PODSTAWOWE WYNIKI FINANSOWE .....	4
3. SIEĆ SPRZEDAŻY DETALICZNEJ GRUPY EM&F .....	7
4. WYNIKI SPRZEDAŻY W ISTNIEJĄCYCH SKLEPACH – TZW. LFL.....	8
5. PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ .....	9
6. MARŻA BRUTTO ZE SPRZEDAŻY Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ.....	10
7. EBITDA Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ ORAZ SKORYGOWANA EBITDA Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ.....	11
8. ZADŁUŻENIE NETTO .....	13
9. DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA GRUPY EM&F .....	14
9.1. Grupa Empik .....	14
9.2. E-commerce .....	16
10. DZIAŁALNOŚĆ ZANIECHANA GRUPY EM&F .....	18
10.1. Grupa Smyk.....	18
10.2. Grupa Optimum.....	20
10.3. Szkoły Językowe.....	21
11. SIEĆ SPRZEDAŻY.....	22

# 1. Struktura organizacyjna Grupy EM&F

W dniu 15 stycznia 2016 r. Grupa EM&F podpisała umowę przedwstępną sprzedaży Grupy Smyk, natomiast w dniu 18 stycznia 2016 r. Grupa podpisała umowę przedwstępną sprzedaży Grupy Optimum. Dodatkowo Grupa EM&F jest w trakcie zaawansowanego procesu sprzedaży Gandalf Sp. z o.o., zarządzającej księgarnią internetową Gandalf.com.pl.

W związku z powyżej opisanymi planowanymi transakcjami sprzedaży, na koniec IV kwartału 2015 r. Grupa EM&F dokonała zmiany prezentacji wyników finansowych w ramach działalności kontynuowanej oraz działalności zaniechanej:

- W skutek postępu procesu negocjacji sprzedaży Grupy Smyk oraz Grupy Optimum, zarząd Grupy EM&F uznał, iż znacząco wzrosło prawdopodobieństwo zakończenia powyższych transakcji w 2016 r., a w konsekwencji Grupa Smyk oraz Grupa Optimum spełniają definicję „aktywów przeznaczonych do sprzedaży”. W rezultacie wyniki finansowe tych segmentów zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej.
- Ponadto zarząd Grupy EM&F negocjuje wstępną umowę sprzedaży udziałów w Gandalf Sp. z o.o. w związku z czym wyniki finansowe tej spółki zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej.

Na koniec IV kwartału 2015 r. w ramach działalności kontynuowanej Grupy EM&F funkcjonują trzy segmenty:

- **Grupa Empik**, w skład której wchodzi: sieć 228 sklepów Empik (oferujące książki, filmy, muzykę, multimedia, artykuły szkolno-biurowe i artystyczne, zabawki, itp.) oraz segment Publishing, na który składają się Grupa Wydawnicza Foksal i Biblioteka Akustyczna,
- **Segment E-commerce**, w skład którego wchodzi sklepy internetowe: empik.com, empikfoto.pl, empiktravel.pl oraz spółki segmentu Digital, zajmujące się agregacją i dystrybucją treści w formie cyfrowej w kategoriach „muzyka”, „książka”, „gry”.

Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za 2014 r. oraz za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności kontynuowanej segmentu E-commerce.

Od lipca 2015 r. sklep internetowy smyk.com został wydzielony do osobnej spółki i jego wyniki finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

- **Pozostałe Segmenty** obejmuje spółki prowadzące działalność holdingową.

Z kolei w działalności zaniechanej na koniec IV kwartału 2015 r. zaprezentowano:

- **Grupę Smyk**, obejmującą sieć 216 sklepów z produktami dla dzieci pod markami - Smyk w Polsce, Rosji, na Ukrainie i w Rumunii, jak również – Spiele Max w Niemczech. W ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk zaprezentowano również:
  - wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r.,
  - działalność sieci Smyk w Czechach (1 sklep, zakończenie działalności w II kwartale 2015 r.) oraz w Turcji (8 sklepów; wyjście z operacji w Turcji w II kwartale 2014 r.) – w związku ze strategiczną decyzją zarządu Grupy Smyk dotyczącą koncentracji rozwoju na najbardziej perspektywicznych rynkach (tj. Polska, Niemcy, Rosja, Ukraina, Rumunia).
- **Grupę Optimum**, która obejmuje spółki Optimum Distribution (dystrybucja artykułów kosmetycznych i produktów optycznych na terenie Polski, Czech i Słowacji) oraz spółki Amersport (dystrybucja hurtowa i detaliczna artykułów sportowych, głównie w Polsce i Rosji).
- **Segment Szkoły Językowe** (sieci szkół językowych Speak Up oraz empik school). Grupa EM&F zbyła ten segment w dniu 31 grudnia 2015 r.

- **Segment Moda** – zgodnie ze strategiczną decyzją zarządu EM&F o wyjściu z tego segmentu działalności.  
Zgodnie z zapowiedziami – proces ten został zakończony wraz z końcem II kwartału 2015 r.,
- Wyniki finansowe **Gandalf.com.pl** (spółka Gandalf Sp. z o.o.)

## 2. Podstawowe wyniki finansowe

### Rachunek wyników \*

mln PLN	IV kw. 2015	IV kw. 2014	zmiana	w proc.	I-IV kw. 2015	I-IV kw. 2014	zmiana	w proc.
<b><u>Działalność kontynuowana</u></b>								
Przychody ze sprzedaży	480	462	19	4%	1 323	1 232	91	7%
Marża brutto	185	172	13	8%	509	486	24	5%
EBITDA	66	69	-3	-4%	93	97	-4	-4%
- Grupa Empik	66	43	23	53%	72	65	7	10%
- Sklepy Empik	59	36	23	64%	72	60	12	20%
- Publishing	7	7	0	-5%	0	5	-5	-96%
- E-commerce ****	10	13	-3	-21%	24	24	0	-1%
- Empik.com	8	7	1	13%	16	14	3	20%
- Smyk.com	-	4	-4	-100%	2	5	-3	-54%
- Digital	2	2	0	26%	5	5	0	-1%
- Pozostałe segmenty	-10	13	-23	-180%	-3	7	-11	-145%
<b>Skorygowana EBITDA **</b>	<b>66</b>	<b>62</b>	<b>4</b>	<b>7%</b>	<b>87</b>	<b>96</b>	<b>-9</b>	<b>-9%</b>
- Grupa Empik	66	52	14	27%	72	74	-2	-3%
- Sklepy Empik	59	45	14	32%	72	69	3	4%
- Publishing	7	7	0	-5%	0	5	-5	-96%
- E-commerce	10	13	-3	-21%	24	24	0	-1%
- Empik.com	8	7	1	13%	16	14	3	20%
- Smyk.com	-	4	-4	-100%	2	5	-3	-54%
- Digital	2	2	0	26%	5	5	0	-1%
- Pozostałe segmenty	-10	-3	-7	201%	-8	-2	-6	273%
EBIT	41	49	-9	-18%	24	41	-17	-41%
<b>Zysk / (strata) netto</b>	<b>-15</b>	<b>-21</b>	<b>7</b>	<b>-31%</b>	<b>-112</b>	<b>-71</b>	<b>-40</b>	<b>56%</b>
<b><u>Działalność zaniechana ***</u></b>								
Przychody ze sprzedaży	640	589	51	9%	1 915	1 907	8	0%
Marża brutto	271	243	29	12%	850	833	16	2%
EBITDA	67	44	23	52%	113	57	56	99%
- Grupa Smyk ****	61	58	3	6%	100	49	51	104%
- Szkoły Językowe	-1	12	-12	-107%	-11	30	-41	-139%
- Grupa Optimum	0	-4	5	-109%	18	18	0	1%
- Gandalf	0	0	0	-41%	1	2	-1	-70%
- Segment Moda	6	-22	27	-126%	6	-42	48	-114%
<b>Skorygowana EBITDA **</b>	<b>96</b>	<b>52</b>	<b>44</b>	<b>85%</b>	<b>142</b>	<b>65</b>	<b>78</b>	<b>120%</b>
- Grupa Smyk	84	66	18	28%	122	57	66	115%
- Szkoły Językowe	6	12	-5	-47%	-4	30	-34	-115%
- Grupa Optimum	0	-4	5	-110%	18	18	0	0%
- Gandalf	0	0	0	-41%	1	2	-1	-70%
- Segment Moda	6	-21	27	-126%	6	-42	47	-114%
EBIT	-24	-13	-11	81%	-69	-62	-7	12%
<b>Zysk / (strata) netto</b>	<b>12</b>	<b>-52</b>	<b>65</b>	<b>-124%</b>	<b>-36</b>	<b>-116</b>	<b>81</b>	<b>-69%</b>

\* Niektóre informacje liczbowe i procentowe przedstawione w niniejszym dokumencie mogą się nie sumować ze względu na zaokrąglenia.

\*\* Skorygowana EBITDA Grupy EM&F wyłącza niegotówkowe zyski z wyceny programów akcji pracowników, jednorazowe koszty projektów strategicznych oraz koszty związane ze sprzedażą spółek danego segmentu poza Grupę EM&F.

\*\*\* Wyniki z działalności zaniechanej zostały zaprezentowane oddzielnie od działalności kontynuowanej. W działalności zaniechanej zostały uwzględnione wyniki segmentów: Grupa Smyk (z uwzględnieniem Smyk Turcja i Smyk Czechy), Grupa Optimum, Gandalf Sp. z o.o., Szkoły Językowe oraz segment Moda.

\*\*\*\* Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za 2014 r. oraz za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności kontynuowanej segmentu E-commerce. Od lipca 2015 r. sklep internetowy smyk.com został wydzielony do osobnej spółki i jego wyniki finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

### Podsumowanie wyników oraz wydarzeń operacyjnych i finansowych

- **Przychody ze sprzedaży z działalności kontynuowanej Grupy EM&F** w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. wyniosły odpowiednio 480 mln PLN oraz 1 323 mln PLN, co stanowi wzrost o odpowiednio 4% oraz 7% w porównaniu do analogicznych okresów roku 2014. Główne zmiany w wysokości przychodów ze sprzedaży dotyczyły:

- Grupa Empik: wzrost przychodów ze sprzedaży w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. odpowiednio o 21 mln PLN (+6% r/r) oraz 46 mln PLN (+5% r/r), do czego przyczynił się rozwój sieci sprzedaży sklepów Empik oraz wzrost sprzedaży w istniejących sklepach Empik – tzw. LFL (+3,0% r/r w IV kwartale 2015 r. oraz +2,1% r/r narastająco za 12 miesięcy 2015 r.),
- Segment E-commerce: wzrost przychodów ze sprzedaży sklepów empik.com, empikfoto.pl, empiktravel.pl oraz segmentu Digital w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. odpowiednio o 23 mln PLN (+33% r/r) oraz 67 mln PLN (+36% r/r), co jest związane z dynamicznym rozwojem całego segmentu.
  - Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. W IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 6 miesięcy zakończonym 31 grudnia 2015 r. przychody ze sprzedaży sklepu smyk.com wyniosły odpowiednio 39 mln PLN oraz 57 mln PLN.
- **Marża brutto z działalności kontynuowanej Grupy EM&F** w ujęciu nominalnym w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. wyniosła odpowiednio 185 mln PLN oraz 509 mln PLN, co stanowi wzrost o odpowiednio 8% oraz 5% w porównaniu do analogicznych okresów roku 2014.

W IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. marża brutto z działalności kontynuowanej w ujęciu procentowym wyniosła odpowiednio 38% oraz 38%.

Na zmianę poziomu marży brutto miały wpływ:

- Grupa Empik: wzrost marży w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. odpowiednio o 15 mln PLN (+10% r/r) oraz 19 mln PLN (+5% r/r). W ujęciu procentowym Grupa Empik zrealizowała w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. marżę brutto na poziomie odpowiednio 42% oraz 43%. Do wzrostu marży brutto przyczyniły się sklepy Empik.
- W segmencie E-commerce marża brutto w ujęciu nominalnym sklepów empik.com, empikfoto.pl, empiktravel.pl oraz segmentu Digital w IV kwartale 2015 r. wyniosła 22 mln PLN, co oznacza wzrost o 6 mln PLN (+35%) w porównaniu do analogicznego okresu roku 2014. Marża za 12 miesięcy 2015 r. sklepów empik.com, empikfoto.pl, empiktravel.pl oraz segmentu Digital wzrosła do kwoty 59 mln PLN, tj. o 12 mln PLN (+25% r/r).
  - W ujęciu procentowym segment E-commerce (sklepy empik.com, empikfoto.pl, empiktravel.pl oraz segment Digital) zrealizował w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. marżę brutto na poziomie odpowiednio 24% oraz 23%.
  - Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. W IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 6 miesięcy zakończonym 31 grudnia 2015 r. marża brutto sklepu smyk.com wyniosła odpowiednio 9 mln PLN oraz 13 mln PLN.
- **Skorygowana EBITDA z działalności kontynuowanej** w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. wyniosła odpowiednio 66 mln PLN (wzrost o 7% r/r) oraz 87 mln PLN (spadek o 9% r/r).

Grupa Empik (w skład której wchodzi sklepy Empik i segment Publishing) odnotowała wzrost Skorygowanej EBITDA o 14 mln PLN (+27% r/r) w IV kwartale 2015 r. oraz spadek o 2 mln PLN (-3% r/r) narastająco za 12 miesięcy 2015 r. Za spadek Skorygowanej EBITDA w Grupie Empik odpowiada segment Publishing.

- Sklepy Empik zanotowały wzrost Skorygowanej EBITDA w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. odpowiednio o 14 mln PLN (+32% r/r) oraz 3 mln PLN (+4% r/r). Wzrost Skorygowanej EBITDA jest wypadkową: (i) wyższej marży brutto, (ii) niższych kosztów związanych z wykonywaniem przez spółki holdingowe usług na rzecz sklepów Empik, (iii) wyższych kosztów operacyjnych, co jest związane z rozwojem sieci sprzedaży (koszty najmu i wynagrodzeń), a także wyższych kosztów transformacji (rozwój logistyki, systemów planowania łańcucha dostaw i zarządzania asortymentem, a także związanych z poprawą obsługi klienta).
- W IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 12 miesięcy 2015 r. segment Publishing zanotował spadek przychodów ze sprzedaży. Niższe przychody wpłynęły negatywnie na marżę brutto i pomimo ścisłej



kontroli kosztów operacyjnych segment Publishing osiągnął w okresie 12 miesięcy 2015 r. wynik na poziomie Skorygowanej EBITDA w wysokości 0 mln PLN, wobec 5 mln PLN zysku osiągniętego w okresie porównywalnym.

Jak zostało to opisane w dalszej części dokumentu, w segmencie Publishing wdrażanych jest szereg działań, celem trwałego zwiększenia EBITDA. Znalazło to już odzwierciedlenie w wynikach za IV kwartał 2015 r., w którym Skorygowana EBITDA segmentu Publishing wyniosła 7 mln PLN.

Skorygowana EBITDA w segmencie E-commerce dla sklepów empik.com, empikfoto.pl, empiktravel.pl oraz segmentu Digital w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. wyniosła odpowiednio 10 mln PLN (wzrost o 1 mln lub 16% r/r) oraz 22 mln PLN (wzrost o 3 mln PLN lub 14% r/r).

- Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. W IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 6 miesięcy zakończonym 31 grudnia 2015 r. Skorygowana EBITDA sklepu smyk.com wyniosła odpowiednio 4 mln PLN oraz 5 mln PLN.

W IV kwartale 2015 r. pozostałe segmenty poniosły stratę na poziomie Skorygowanej EBITDA w kwocie 10 mln PLN, co oznacza wzrost o 7 mln PLN w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. W okresie 12 miesięcy 2015 r. Grupa EM&F odnotowała stratę na poziomie skorygowanej EBITDA pozostałych segmentów w wysokości 8 mln PLN (w 2014 r. strata na poziomie Skorygowanej EBITDA wyniosła 2 mln PLN).

- Niższa Skorygowana EBITDA za IV kwartał 2015 r. oraz za cały 2015 r. wynika przede wszystkim z: (i) niższych przychodów związanych z wykonywaniem przez spółki holdingowe usług na rzecz pozostałych segmentów, (ii) wyższych kosztów z tytułu zakupu usług od jednostek dominujących najwyższego szczebla, skompensowanych częściowo przez (iii) dodatkowe wpływy - opłaty za sukces uzyskanej od podmiotu niepowiązanego.
- **EBIT z działalności kontynuowanej:** Grupa EM&F odnotowała w IV kwartale 2015 r. zysk na poziomie EBIT z działalności kontynuowanej w wysokości 41 mln PLN (spadek o 18% r/r), w porównaniu z zyskiem w kwocie 49 mln PLN w roku ubiegłym. W okresie 12 miesięcy 2015 r. zysk na poziomie EBIT spadł o 17 mln PLN i wyniósł 24 miliony PLN.

Zmniejszenie EBIT z działalności kontynuowanej w IV kwartale 2015 r. oraz okresie 12 miesięcy 2015 r., poza czynnikami opisanymi powyżej, wynika z wyższych kosztów amortyzacji oraz odpisów aktualizujących aktywa trwałe.

- **Strata netto z działalności kontynuowanej:** Grupa EM&F odnotowała w IV kwartale 2015 r. stratę netto w wysokości 15 mln PLN w porównaniu do straty netto za okres porównywalny w kwocie 21 mln PLN. W okresie 12 miesięcy 2015 r. strata netto Grupy EM&F wyniosła 112 mln PLN i była wyższa o 40 mln PLN (+56%) w porównaniu do straty poniesionej w 2014 r.

Zadłużenie netto Grupy EM&F finansuje działalność operacyjną zarówno segmentów działających w ramach działalności kontynuowanej (Grupa Empik, segment E-commerce, pozostałe segmenty), jak i działalności zaniechanej (Grupa Smyk, Grupa Optimum, Szkoły Językowe, Segment Moda).

Jednak obliczając zysk / (stratę) z działalności kontynuowanej, Grupa EM&F uwzględnia w wynikach działalności kontynuowanej wszystkie koszty finansowe netto poniesione w omawianym okresie. Przychody i koszty z tytułu odsetek nie są przypisywane do segmentów, ponieważ ten rodzaj działalności wynika z centralnego działu zarządzania płynnością, który zarządza środkami pieniężnymi Grupy EM&F. Ma to negatywny wpływ na wysokość zysku / (straty) netto segmentów Grupy EM&F działających w ramach działalności kontynuowanej.

Zwiększenie straty netto w 2015 r. w porównaniu do okresu 12 miesięcy 2014 r. wynika przede wszystkim z wyższych kosztów finansowych netto, na co składają się głównie:

- wyższe koszty z tytułu odsetek od kredytów i pożyczek oraz obligacji (co wynikało z wyższego poziomu zadłużenia i wyższych stawek procentowych niż w porównywalnym okresie),
- wyższych ujemnych różnic kursowych od zadłużenia finansowego, co było związane z osłabieniem się złotego wobec EUR.

- **Działalność zaniechana:** na koniec IV kwartału 2015 r. Grupa EM&F prezentowała w działalności zaniechanej wyniki Grupy Smyk, Grupy Optimum, segmentu Szkoły Językowe, segmentu Moda oraz Gandalf Sp. z o.o.

Zgodnie z decyzjami podjętymi na poziomie strategicznym, Grupa EM&F przeprowadziła następujące działania w ramach prowadzonej działalności zaniechanej:

- W dniu 15 stycznia 2016 r. Grupa EM&F podpisała umowę przedwstępną sprzedaży Grupy Smyk. Ponadto podjęto decyzję o zbyciu jednego sklepu Smyk w Czechach (i spółki Smyk All for Kids Czech s.r.o.) w II kwartale 2015 r.
- W dniu 18 stycznia 2016 r. Grupa EM&F podpisała umowę przedwstępną sprzedaży Grupy Optimum. Dodatkowo Grupa EM&F jest w trakcie zaawansowanego procesu sprzedaży Gandalf Sp. z o.o.
- Zgodnie z planem, z końcem I połowy 2015 r. Grupa EM&F zakończyła działalność w segmencie Moda.
- W dniu 31 grudnia 2015 r. spółki z segmentu Szkoły Językowe zostały zbyte, w związku z czym całość aktywów i zobowiązań została zdekonsolidowana w ramach rozliczenia transakcji sprzedaży.

Wyniki finansowe kluczowych segmentów prezentowanych w ramach działalności zaniechanej (Grupa Smyk, Grupa Optimum, segment Szkoły Językowe) zostały szczegółowo omówione w dalszych sekcjach niniejszego dokumentu.

W ramach działalności zaniechanej, w okresie 12 miesięcy 2015 r. oraz 12 miesięcy 2014 r. Grupa EM&F dokonała łącznych odpisów z tytułu utraty „Wartości firmy” oraz pozostałych aktywów trwałych w kwotach odpowiednio 126 mln PLN oraz 53 mln PLN.

### 3. Sieć sprzedaży detalicznej Grupy EM&F

Ilość punktów sprzedaży orazich powierzchnia	Stan na 31.12.2014		Zmiany w I kw.		Zmiany w II kw.		Zmiany w III kw.		Zmiany w IV kw.		Stan na 31.12.2015	
	ilość	m.kw.	otwarcia	zamknięcia	otwarcia	zamknięcia	otwarcia	zamknięcia	otwarcia	zamknięcia	ilość	m.kw.
Grupa Empik	218	91 084	3	(1)	2	(1)	2	(1)	6	-	228	94 245
<b>Razem działalność kontynuowana</b>	<b>218</b>	<b>91 084</b>	<b>3</b>	<b>(1)</b>	<b>2</b>	<b>(1)</b>	<b>2</b>	<b>(1)</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>228</b>	<b>94 245</b>
Grupa Smyk *	205	189 725	1	-	2	(2)	2	(1)	9	-	216	195 216
Szkoły Językowe **	117	35 538	3	(4)	-	(1)	2	(5)	-	(112)	-	-
Grupa Optimum	22	2 066	1	-	-	(2)	-	-	1	-	22	1 983
Pozostała działalność zaniechana ***	43	11 749	-	(23)	-	(20)	-	-	-	-	-	-
<b>Razem działalność zaniechana</b>	<b>387</b>	<b>239 078</b>	<b>5</b>	<b>(27)</b>	<b>2</b>	<b>(25)</b>	<b>4</b>	<b>(6)</b>	<b>10</b>	<b>(112)</b>	<b>238</b>	<b>197 199</b>
<b>Razem Grupa EM&amp;F</b>	<b>605</b>	<b>330 162</b>	<b>8</b>	<b>(28)</b>	<b>4</b>	<b>(26)</b>	<b>6</b>	<b>(7)</b>	<b>16</b>	<b>(112)</b>	<b>466</b>	<b>291 444</b>

\* W ramach sieci sprzedaży Grupy Smyk został zaprezentowany jeden sklep Smyka w Czechach, który w poprzednich okresach był prezentowany w ramach pozostałej działalności zaniechanej.

\*\* Spółki z segmentu Szkoły Językowe zostały sprzedane w dniu 31 grudnia 2015 r., co zostało odzwierciedlone w kolumnie „zamknięcia” w IV kwartale 2015 r.

\*\*\* W ramach pozostałej działalności zaniechanej zaprezentowano sklepy segmentu Moda.

Na koniec IV kwartału 2015 r. łączna powierzchnia handlowo-usługowa Grupy EM&F wynosiła 291 444 m<sup>2</sup> i liczyła 466 placówek, z czego 238 placówek (o łącznej powierzchni 197 199 m<sup>2</sup>) dotyczy działalności zaniechanej w Grupie Smyk oraz Grupie Optimum.

W IV kwartale 2015 r. w ramach Grupy EM&F otwarto:

- 6 sklepów w Grupie Empik,
- 9 sklepów w Grupie Smyk (8 w Polsce oraz 1 w Niemczech),
- 1 sklep w Grupie Optimum (Rosja).

## 4. Wyniki sprzedaży w istniejących sklepach – tzw. LFL

Zmiana % r/r (wg stałego kursu)	IV kw. 2015	I-IV kw. 2015
Działalność kontynuowana		
<b>Grupa Empik</b>	<b>7,5%</b>	<b>7,0%</b>
Sklepy Empik	3,0%	2,1%
Empik.com	33,5%	37,8%
Działalność zaniechana		
<b>Grupa Smyk</b>	<b>9,6%</b>	<b>10,4%</b>
Sklepy Smyk	7,1%	8,0%
Smyk.com	53,4%	63,5%
<b>Grupa EMF*</b>	<b>8,9%</b>	<b>9,1%</b>

\* Dane zaprezentowane w tabeli jako Grupa EM&F odnoszą się do segmentów działalności kontynuowanej oraz działalności zaniechanej, z wyłączeniem Grupy Optimum.

W IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. przychody ze sprzedaży LFL Grupy EM&F (na porównywalnej grupie punktów handlowo-usługowych, liczone po kursie stałym) istotnie wzrosły, tj. odpowiednio o 8,9% oraz 9,1% w porównaniu do analogicznych okresów roku 2014. Wysokie dynamiki sprzedaży LFL notowano we wszystkich liniach biznesowych.

### Działalność kontynuowana

- W sklepach Empik sprzedaż LFL za IV kwartał 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. wzrosła odpowiednio o 3,0% r/r oraz 2,1% r/r. Warte podkreślenia jest, że odnotowano wzrosty sprzedaży LFL w sklepach Empik w każdym z 4 kwartałów 2015 r. Spośród kategorii wydawniczych odnotowano znaczący wzrost sprzedaży w kategoriach „książka”, „muzyka” oraz „multimedia” (gry komputerowe). Empik jednocześnie odnotował istotne wzrosty przychodów ze sprzedaży LFL dla kluczowych kategorii niewydawniczych, tj. „artykułów szkolno-biurowych i artystycznych” i „zabawek”. Sprzedaż kanału online, którego wyniki są prezentowane w segmencie E-commerce wzrosła narastająco za 12 miesięcy 2015 r. o 37,8% r/r, co przyczyniło się do łącznego wzrostu sprzedaży pod marką Empik za 12 miesięcy 2015 r. o 10% r/r.

### Działalność zaniechana

- W IV kwartale 2015 r. sprzedaż LFL w Grupie Smyk (uwzględniając smyk.com) wzrosła o 9,6% r/r. Wysoką dynamikę sprzedaży LFL osiągnięto zarówno w Polsce (+7,5% r/r), na rynkach wschodnich, jak i w kanale sprzedaży online.

- Narastająco za 12 miesięcy 2015 r. Grupa Smyk (uwzględniając smyk.com) zrealizowała bardzo wysoki wzrost sprzedaży LFL na poziomie 10,4% r/r, a wysokie dynamiki sprzedaży osiągnięto we wszystkich krajach. Na rynku polskim zanotowano wzrost sprzedaży LFL o 9,4% r/r. Na rynku rosyjskim i ukraińskim odnotowano dwucyfrowe dynamiki sprzedaży LFL, a na rynku rumuńskim jednocyfrowy wzrost. Kanał sprzedaży online (smyk.com) росł dynamicznie i istotnie przyczynił się do wzrostu przychodów ze sprzedaży LFL Grupy Smyk.



## 5. Przychody ze sprzedaży z działalności kontynuowanej

### Przychody ze sprzedaży z działalności kontynuowanej

mln PLN	IV kw. 2015	IV kw. 2014	zmiana	w proc.	I-IV kw. 2015	I-IV kw. 2014	zmiana	w proc.
Grupa Empik	386	365	21	6%	1 035	989	46	5%
- Sklepy Empik	367	344	23	7%	999	946	53	6%
- Publishing	20	21	-2	-8%	36	43	-7	-15%
E-commerce *	94	96	-2	-2%	288	243	45	19%
- Empik.com	86	64	22	35%	225	162	63	39%
- Smyk.com	-	25	-25	-100%	34	56	-22	-39%
- Digital	8	7	1	14%	29	25	4	17%
Pozostałe	0	0	0	-	0	1	0	-
<b>Grupa EMF</b>	<b>480</b>	<b>462</b>	<b>19</b>	<b>4%</b>	<b>1 323</b>	<b>1 232</b>	<b>92</b>	<b>7%</b>

\* Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za 2014 r. oraz za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności kontynuowanej segmentu E-commerce. Od lipca 2015 r. sklep internetowy smyk.com został wydzielony do osobnej spółki i jego wyniki finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

### Przychody ze sprzedaży z działalności kontynuowanej Grupy EM&F w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. wzrosły o odpowiednio 4% oraz 7% w porównaniu do analogicznych okresów roku 2014:

- Grupa Empik: przychody ze sprzedaży w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. wzrosły odpowiednio o 6% oraz 5% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego, do czego przyczyniły się sklepy Empik. W ujęciu procentowym oraz w wartościach bezwzględnych, narastająco za 12 miesięcy 2015 r. największe wzrosty przychodów ze sprzedaży zostały odnotowane w kategoriach „książka”, „multimedia”, „muzyka”, „artykuły szkolno-biurowe i artystyczne”, „zabawki”, co było wynikiem zarówno 2,1% wzrostu sprzedaży LFL w sklepach Empik, jak i rozwoju sieci sprzedaży. Na koniec IV kwartału 2015 r. sieć Empik liczyła 228 sklepów w porównaniu z 218 sklepami na koniec IV kwartału 2014 r.

W IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 12 miesięcy 2015 r. segment Publishing zanotował spadek przychodów ze sprzedaży, co było związane głównie z większym poziomem oferowanych rabatów, większym poziomem zwrotów oraz niższą sprzedażą pozycji katalogowych (m.in. kalendarzy oraz poradników).

- Segment E-commerce: w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. przychody ze sprzedaży sklepu empik.com oraz segmentu Digital wzrosły odpowiednio o 23 mln PLN (+33% r/r) oraz 67 mln PLN (+36% r/r).

Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. W IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 6 miesięcy zakończonym 31 grudnia 2015 r. przychody sklepu smyk.com wyniosły odpowiednio 39 mln PLN oraz 57 mln PLN.

Gdyby przychody smyk.com zostały w pełni zaprezentowane w ramach segmentu E-commerce, to wówczas:

- przychody segmentu E-commerce w IV kwartale 2015 r. wyniosłyby 133 mln PLN i byłyby wyższe o 37 mln PLN (+38%) w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.
- przychody segmentu E-commerce w okresie 12 miesięcy 2015 r. wyniosłyby 345 mln PLN i byłyby wyższe o 102 mln PLN (+42%) w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

W okresie 12 miesięcy 2015 r. przychody ze sprzedaży Grupy Empik oraz segmentu E-commerce stanowiły odpowiednio 78% oraz 22% łącznych przychodów ze sprzedaży działalności kontynuowanej Grupy EM&F. W 2015 r. cała sprzedaż Grupy EM&F z działalności kontynuowanej została zrealizowana w Polsce.

## 6. Marża brutto ze sprzedaży z działalności kontynuowanej

### Marża brutto z działalności kontynuowanej

mln PLN	IV kw. 2015	IV kw. 2014	zmiana	w proc.	I-IV kw. 2015	I-IV kw. 2014	zmiana	w proc.
Grupa Empik	163	148	15	10%	441	422	19	5%
- Sklepy Empik	151	133	17	13%	418	390	28	7%
- Publishing	12	15	-3	-19%	24	32	-9	-27%
E-commerce *	22	24	-2	-6%	68	63	5	8%
- Empik.com	19	14	5	37%	48	37	11	28%
- Smyk.com	-	7	-7	-100%	9	16	-7	-42%
- Digital	4	3	1	23%	11	10	1	11%
Pozostałe	0	0	0	-	0	1	0	-
<b>Grupa EMF</b>	<b>185</b>	<b>172</b>	<b>13</b>	<b>8%</b>	<b>509</b>	<b>485</b>	<b>24</b>	<b>5%</b>

\* Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za 2014 r. oraz za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności kontynuowanej segmentu E-commerce. Od lipca 2015 r. sklep internetowy smyk.com został wydzielony do osobnej spółki i jego wyniki finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

**Marża brutto z działalności kontynuowanej w ujęciu nominalnym wypracowana w IV kwartale i narastająco za 12 miesięcy 2015 r. była wyższa w porównaniu z analogicznymi okresami w roku ubiegłego.** W IV kwartale b.r. wzrosła ona o 13 mln PLN (+8% r/r) i wyniosła w ujęciu procentowym 38%. Z kolei narastająco za 12 miesięcy 2015 r. marża brutto wzrosła o 24 mln PLN (+5% r/r) i w ujęciu procentowym ukształtowała się na poziomie 38%.

Główne zmiany w wysokości marży brutto z działalności kontynuowanej dotyczyły:

- Grupa Empik zanotowała w IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 12 miesięcy 2015 r. wzrost marży brutto odpowiednio o 10% r/r oraz 5% r/r, do czego przyczyniły się przede wszystkim sklepy Empik. W ujęciu procentowym Grupa Empik zrealizowała w IV kwartale 2015 r. marżę brutto na poziomie 42%, co oznacza wzrost o 2 p.p. w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. Narastająco za 12 miesięcy 2015 r. marża brutto Grupy Empik wyrażona procentowo wyniosła 43% i była na poziomie osiągniętym w 2014 r.

W IV kwartale 2015 r. oraz całym 2015 r. sklepy Empik odnotowały wzrost marży w ujęciu nominalnym na głównych kategoriach wydawniczych (tj. „książka”, „muzyka”, „multimedia”), a także na rozwijanych kategoriach niewydawniczych (tj. „artykuły szkolno-biurowe i artystyczne”, „zabawki”).

Segment Publishing zanotował spadek przychodów w IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 12 miesięcy 2015 r., co miało negatywny wpływ na marżę brutto w ujęciu nominalnym, która w IV kwartale 2015 r. oraz w całym 2015 r. spadła odpowiednio o 3 mln PLN (-19% r/r) oraz 9 mln PLN (-27% r/r).

- Segment E-commerce: w ujęciu nominalnym, marża brutto empik.com wzrosła w IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 12 miesięcy 2015 r. odpowiednio o 5 mln PLN (+37% r/r) oraz o 11 mln PLN (+28% r/r), co było związane przede wszystkim ze wzrostem skali działalności. W IV kwartale 2015 r. sklep empik.com wypracował marżę brutto w ujęciu procentowym na poziomie 22%, takim samym jak w okresie porównywalnym. W okresie 12 miesięcy 2015 r. sklep empik.com wypracował marżę brutto w ujęciu procentowym na poziomie odpowiednio 21% (spadek o 2 p.p. r/r). Spadek marży procentowej w empik.com wynikał głównie z dostosowania polityki cenowej do bieżącej sytuacji panującej na rynku książki, a także zmiany struktury sprzedaży w kategorii „zabawki” (na niekorzyść produktów z niższą jednostkową marżą).

Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. W IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 6 miesięcy zakończonym 31 grudnia 2015 r. marża brutto sklepu smyk.com wyniosła odpowiednio 9 mln PLN oraz 13 mln PLN.

Gdyby marża brutto smyk.com została w pełni zaprezentowana w ramach segmentu E-commerce, to wówczas:

- marża brutto segmentu E-commerce w IV kwartale 2015 r. wyniosłaby 31 mln PLN i byłaby wyższa o 7 mln PLN (+31%) w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

- marża brutto segmentu E-commerce w okresie 12 miesięcy 2015 r. wyniosłaby 81 mln PLN i byłaby wyższa o 18 mln PLN (+29%) w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

## 7. EBITDA z działalności kontynuowanej oraz skorygowana EBITDA z działalności kontynuowanej

### EBITDA z działalności kontynuowanej

mln PLN	IV kw. 2015	IV kw. 2014	zmiana	w proc.	I-IV kw. 2015	I-IV kw. 2014	zmiana	w proc.
Grupa Empik	66	43	23	53%	72	65	7	10%
- Sklepy Empik	59	36	23	64%	72	60	12	20%
- Publishing	7	7	0	-5%	0	5	-5	-96%
E-commerce *	10	13	-3	-21%	24	24	0	-1%
- Empik.com	8	7	1	13%	16	14	3	20%
- Smyk.com	-	4	-4	-100%	2	5	-3	-54%
- Digital	2	2	0	26%	5	5	0	-1%
Pozostałe	-10	13	-23	-180%	-3	7	-11	-145%
<b>Grupa EMF</b>	<b>66</b>	<b>69</b>	<b>-3</b>	<b>-4%</b>	<b>93</b>	<b>97</b>	<b>-4</b>	<b>-4%</b>

\* Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za 2014 r. oraz za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności kontynuowanej segmentu E-commerce. Od lipca 2015 r. sklep internetowy smyk.com został wydzielony do osobnej spółki i jego wyniki finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

EBITDA z działalności kontynuowanej Grupy EM&F w IV kwartale 2015 r. spadła o 4% do 66 mln PLN w porównaniu do 69 mln PLN osiągniętych w porównywalnym okresie 2014 r. Narastająco w okresie 12 miesięcy 2015 r. EBITDA wyniosła 93 mln PLN i była niższa o 4 mln w porównaniu do wyniku osiągniętego w 2014 r. Największą kontrybucję do zysku EBITDA miały sklepy Empik.

Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. W IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 6 miesięcy zakończonym 31 grudnia 2015 r. EBITDA (oraz Skorygowana EBITDA) sklepu smyk.com wyniosła odpowiednio 4 mln PLN oraz 5 mln PLN.

Gdyby EBITDA smyk.com została w pełni zaprezentowana w ramach segmentu E-commerce, to wówczas:

- EBITDA segmentu E-commerce w IV kwartale 2015 r. wyniosłaby 14 mln PLN i byłaby wyższa o 1 mln PLN (+9%) w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.
- EBITDA segmentu E-commerce w okresie 12 miesięcy 2015 r. wyniosłaby 29 mln PLN i byłaby wyższa o 5 mln PLN (+19%) w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

W związku z ponoszeniem istotnych kosztów projektów strategicznych oraz niegotówkowych zysków z tytułu wyceny programu akcji pracowniczych - począwszy od 2014 r. do oceny skonsolidowanych wyników Grupy EM&F Zarząd wykorzystuje wskaźnik Skorygowana EBITDA, który stanowi właściwą miarę do analizy wyników finansowych Grupy EM&F.

### Skorygowana EBITDA z działalności kontynuowanej\*

mln PLN	IV kw. 2015	IV kw. 2014	zmiana	w proc.	I-IV kw. 2015	I-IV kw. 2014	zmiana	w proc.
Grupa Empik	66	52	14	27%	72	74	-2	-3%
- Sklepy Empik	59	45	14	32%	72	69	3	4%
- Publishing	7	7	0	-5%	0	5	-5	-96%
E-commerce **	10	13	-3	-21%	24	24	0	-1%
- Empik.com	8	7	1	13%	16	14	3	20%
- Smyk.com	0	4	-4	-100%	2	5	-3	-54%
- Digital	2	2	0	26%	5	5	0	-1%
Pozostałe	-10	-3	-7	201%	-8	-2	-6	273%
<b>Grupa EMF</b>	<b>66</b>	<b>62</b>	<b>4</b>	<b>7%</b>	<b>87</b>	<b>96</b>	<b>-9</b>	<b>-9%</b>

\* Skorygowana EBITDA Grupy EM&F wyłącza niegotówkowe zyski z wyceny programów akcji pracowników oraz jednorazowe koszty projektów strategicznych.

\*\* Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za 2014 r. oraz za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności kontynuowanej segmentu E-commerce. Od lipca 2015 r. sklep internetowy smyk.com został wydzielony do osobnej spółki i jego wyniki finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

Grupa EM&F odnotowała w IV kwartale 2015 r. wzrost Skorygowanej EBITDA z działalności kontynuowanej o 4 mln PLN (+7%) do kwoty 66 mln PLN w stosunku do roku poprzedniego. Skorygowana EBITDA narastająco za 12 miesięcy 2015 r. była niższa o 9 mln (-9%) w porównaniu z rokiem poprzednim i wyniosła 87 mln PLN.

Największe zmiany na poziomie Skorygowana EBITDA z działalności kontynuowanej zostały zanotowane w następujących segmentach:

- Grupa Empik odnotowała w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. Skorygowaną EBITDA na poziomie odpowiednio 66 mln PLN oraz 72 mln PLN. Najwyższą kontrybucję do zysku Skorygowana EBITDA miały sklepy Empik.

Za spadek Skorygowanej EBITDA w 2015 r. odpowiada segment Publishing, który zanotował niższe przychody sprzedaży, co miało negatywny wpływ na marżę brutto. Pomimo ścisłej kontroli kosztów operacyjnych segment Publishing osiągnął w okresie 12 miesięcy 2015 r. wynik na poziomie Skorygowanej EBITDA w wysokości 0 mln PLN, wobec 5 mln PLN zysku osiągniętego w okresie porównywalnym.

- W Pozostałych segmentach niższa Skorygowana EBITDA za IV kwartał 2015 r. oraz za okres 12 miesięcy 2015 r. wynika przede wszystkim z: (i) niższych przychodów związanych z wykonywaniem przez spółki holdingowe usług na rzecz pozostałych segmentów, (ii) wyższych kosztów z tytułu zakupu usług od jednostek dominujących najwyższego szczebla, skompensowanych częściowo przez (iii) dodatkowe wpływy - opłaty za sukces uzyskanej od podmiotu niepowiązanego.

## 8. Zadłużenie netto

### Zadłużenie netto

mln PLN	31.12.2015	31.12.2014	zmiana
Środki pieniężne	176	159	17
Zadłużenie długoterminowe	6	900	-894
<i>Rozliczane w czasie koszty pozyskania finansowania - część długoterminowa</i>	0	-26	26
Zadłużenie krótkoterminowe	788	15	773
<i>Rozliczane w czasie koszty pozyskania finansowania - część krótkoterminowa</i>	-11	0	-11
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>-607</b>	<b>-730</b>	<b>123</b>

Dług netto Grupy EM&F na koniec IV kwartału 2015 r. wyniósł 607 mln PLN, co oznacza spadek w stosunku do 31 grudnia 2014 r. o 123 mln PLN. Spadek zadłużenia w porównaniu do 31 grudnia 2014 r. wynika głównie z dwóch czynników:

- sezonowości branży, w której działa Grupa EM&F. W IV kwartale Grupa EM&F generuje najwyższe obroty, co pod koniec każdego roku obrotowego istotnie zwiększa poziom środków pieniężnych, będących częścią zadłużenia netto. W IV kwartale 2015 r. oraz w całym 2015 r. Grupa EM&F osiągnęła większe przepływy pieniężne z działalności operacyjnej w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.
- ujęcia na dzień 31 grudnia 2015 r. pożyczki otrzymanej od podmiotów powiązanych w kwocie 112 mln PLN jako części kapitałów własnych Grupy EM&F. W dniu 23 grudnia 2015 r. podpisano aneks do umowy pożyczki otrzymanej od podmiotów powiązanych, który zmienił warunki spłaty w taki sposób, że pożyczka ta spełnia warunki uznania jako część kapitałów własnych.

Dług netto Grupy EM&F na koniec IV kwartału 2015 r. nie przekroczył limitów określonych w umowach z instytucjami finansowymi.

W związku z podpisaniem umów przedwstępnych sprzedaży Grupy Smyk oraz Grupy Optimum, a także z zamiarem przeznaczenia przychodów ze sprzedaży na spłatę obecnego zadłużenia finansowego, zarząd Grupy EM&F uznał, że spłata obecnego zadłużenia nastąpi w okresie krótszym niż 12 miesięcy od daty bilansowej. Z uwagi na fakt, że wpływy z powyższych transakcji zostaną użyte na redukcję zadłużenia finansowego, całość zadłużenia finansowego Grupy EM&F została zaprezentowana na dzień 31 grudnia 2015 r. jako zobowiązania krótkoterminowe, niezależnie od określonego umownie terminu wymagalności (październik i listopad 2017).

W zależności od potrzeb, Grupa EM&F może w przyszłości podjąć starania o pozyskanie stabilnego refinansowania zadłużenia finansowego.

## 9. Działalność kontynuowana Grupy EM&F

### 9.1. Grupa Empik

mln PLN	IV kw. 2015	IV kw. 2014	zmiana	w proc.	I-IV kw. 2015	I-IV kw. 2014	zmiana	w proc.
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>386</b>	<b>365</b>	<b>21</b>	<b>6%</b>	<b>1 035</b>	<b>989</b>	<b>46</b>	<b>5%</b>
Sklepy Empik	367	344	23	7%	999	946	53	6%
Publishing	20	21	-2	-8%	36	43	-7	-15%
<b>Marża brutto</b>	<b>163</b>	<b>148</b>	<b>15</b>	<b>10%</b>	<b>441</b>	<b>422</b>	<b>19</b>	<b>5%</b>
Sklepy Empik	151	133	17	13%	418	390	28	7%
Publishing	12	15	-3	-19%	24	32	-9	-27%
<b>EBITDA</b>	<b>66</b>	<b>43</b>	<b>23</b>	<b>53%</b>	<b>72</b>	<b>65</b>	<b>7</b>	<b>10%</b>
Sklepy Empik	59	36	23	64%	72	60	12	20%
Publishing	7	7	0	-5%	0	5	-5	-96%
<b>Skorygowana EBITDA *</b>	<b>66</b>	<b>52</b>	<b>14</b>	<b>27%</b>	<b>72</b>	<b>74</b>	<b>-2</b>	<b>-3%</b>
Sklepy Empik	59	45	14	32%	72	69	3	4%
Publishing	7	7	0	-5%	0	5	-5	-96%

\* Skorygowana EBITDA Grupy Empik wyłącza jednorazowe koszty projektów strategicznych.

Sklepy Empik przechodzą transformację, mającą na celu optymalizację struktury asortymentowej, polityki cenowej i komunikacji marketingowej. Celem tych zmian jest zapewnienie stabilnego rozwoju spółki Empik w długim okresie, utrzymanie wiodącej pozycji na rynku oraz dalszy rozwój sieci. W I kwartale 2015 r. nastąpiła również zmiana na stanowisku prezesa zarządu Empik Sp. z o.o., co ma zapewnić skuteczną finalizację procesu transformacji.

#### Następujące czynniki miały znaczący wpływ na wyniki operacyjne sklepów Empik w 2015 r.:

- W IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. sklepy Empik odnotowały wzrost sprzedaży LFL odpowiednio o 3,0% r/r oraz 2,1% r/r, co w połączeniu z rozwojem sieci sprzedaży spowodowało wzrost przychodów ze sprzedaży w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. odpowiednio do poziomu 367 mln PLN (+23 mln PLN lub +7% r/r) oraz 999 mln PLN (+53 mln PLN lub +6% r/r).

Wzrost przychodów ze sprzedaży przełożył się na wzrost marży na sprzedaży produktów w ujęciu nominalnym o 13% r/r w IV kwartale 2015 r. oraz 7% r/r narastająco za 12 miesięcy 2015 r.

Przychody z kategorii wydawniczych wzrosły odpowiednio o 4% r/r oraz 6% r/r w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r.

W IV kwartale 2015 r. udział wysokomarżowej kategoria „książka” w łącznych przychodach ze sprzedaży wyniósł 41%. W tej kategorii w IV kwartale 2015 r. osiągnięto wzrost sprzedaży LFL oraz kilkunastoprocentowy wzrost marży brutto LFL, co było wynikiem m.in. ograniczenia agresywnej polityki promocyjnej. W kategorii „multimedia” (gry komputerowe) osiągnięto wzrost sprzedaży LFL oraz kilkunastoprocentowy wzrost marży brutto LFL, co było przede wszystkim efektem optymalizacji zapasu w tej kategorii dokonanej w ciągu 2014 r. Dzięki tej optymalizacji w ciągu 2015 r. sklepy Empik nie odnotowywały ubytku marży związanego z wyprzedają gier wydanych w poprzednich latach. Ponadto w IV kwartale 2015 r. sklepy Empik osiągnęły kilkunastoprocentowy wzrost sprzedaży oraz marży brutto LFL w kategorii „muzyka”, głównie dzięki bogatej ofercie nowości na muzycznym rynku wydawniczym w tym kwartale.

W ujęciu nominalnym, w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. marża produktowa na kategoriach wydawniczych wzrosła w sklepach Empik odpowiednio o 15% r/r oraz 10% r/r.

W porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego, w IV kwartale 2015 r. sklepy Empik zwiększyły procentową marżę brutto na kategoriach wydawniczych o 3 p.p. W 2015 r. marża brutto na kategoriach wydawniczych wzrosła o 1 p.p. r/r.

- W IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. przychody ze sprzedaży kategorii niewydawniczych wzrosły odpowiednio o 12% r/r oraz o 6% r/r.

Znaczące wzrosty sprzedaży LFL w IV kwartale 2015 r. dotyczyły kategorii „artykułów szkolno-biurowych i artystycznych” oraz „zabawek”, w związku z wdrażaniem nowej strategii handlowej w sklepach Empik



i rozszerzaniem oferty handlowej w takich grupach produktów jak: produkty kreatywne (tzw. „art & craft”), gry planszowe, puzzle i zabawki edukacyjne.

W ujęciu nominalnym, w IV kwartale 2015 r. oraz w całym 2015 r. sklepy Empik osiągnęły kilkunastoprocentowy wzrost marży brutto LFL w kategorii „artykułów szkolno-biurowych i artystycznych”, a także kilkudziesięcioprocentowy wzrost marży brutto LFL w kategorii „zabawek”, w tym edukacyjnych.

Dzięki m.in. wprowadzaniu do sprzedaży w sklepach Empik w kategoriach niewydawniczych nowego asortymentu o wyższych marżach (artykuły szkolno-biurowe i artystyczne, zabawki), marża na kategoriach niewydawniczych w ujęciu nominalnym wzrosła w IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. odpowiednio o 11% r/r oraz 5% r/r. Procentowa marża brutto na kategoriach niewydawniczych za IV kwartał 2015 r. oraz za cały 2015 r. pozostała na poziomie osiągniętym w analogicznym okresie roku ubiegłego.

Łączna marża brutto w sklepach Empik w IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 12 miesięcy 2015 r. wzrosła odpowiednio o 13% r/r do poziomu 151 mln PLN oraz o 7% r/r do poziomu 418 mln PLN.

- Rozwój sieci sprzedaży spowodował także naturalny wzrost kosztów operacyjnych, m.in. kosztów najmu oraz wynagrodzeń. Dodatkowo w związku z transformacją, sklepy Empik ponoszą w 2015 r. dodatkowe koszty związane z rozwojem logistyki oraz systemów planowania łańcucha dostaw i zarządzania asortymentem, a także z poprawą obsługi klienta. Jednocześnie zostało rozpoczętych kilka projektów o znaczeniu strategicznym. Wszystkie te działania służą inwestycji w długofalowy rozwój biznesu Empik, jednak obciążają wynik finansowy bieżącego okresu, podczas gdy nie obciążały wyniku finansowego sklepów Empik w 2014 r. Ponadto, w porównaniu do 2014 r., w IV kwartale oraz w całym 2015 r. sklepy Empik poniosły niższe koszty związane z wykonywaniem przez spółki holdingowe usług na rzecz sklepów Empik.

Pomimo wzrostu kosztów operacyjnych, Skorygowana EBITDA sklepów Empik za IV kwartał 2015 r. oraz za okres 12 miesięcy 2015 r. wzrosła odpowiednio o 14 mln PLN (+32% r/r) do 59 mln PLN oraz o 3 mln PLN (+4% r/r) do 72 mln PLN

#### **Częścią Grupy Empik jest segment Publishing, w skład którego wchodzi Grupa Wydawnicza Foksal i Biblioteka Akustyczna.**

- W IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 12 miesięcy 2015 r. segment Publishing zanotował spadek przychodów ze sprzedaży, co było związane głównie z większym poziomem oferowanych rabatów, większym poziomem zwrotów oraz niższą sprzedażą pozycji katalogowych (m.in. kalendarzy oraz poradników). W drugim półroczu 2015 r. odbudowano kategorię książek dla dzieci, co miało korzystny wpływ zarówno na przychody, jak i poziom osiągniętej marży brutto.

Niższe łączne przychody ze sprzedaży wpłynęły negatywnie na marżę brutto w ujęciu nominalnym, która w IV kwartale 2015 r. oraz w całym 2015 r. spadła odpowiednio o 3 mln PLN (-19% r/r) oraz 9 mln PLN (-27% r/r).

- Dzięki ścisłej kontroli kosztów operacyjnych segment Publishing osiągnął w IV kwartale 2015 r. zysk na poziomie Skorygowanej EBITDA w wysokości 7 mln PLN, tj. w wysokości porównywalnej do wyniku osiągniętego w analogicznym okresie 2014 r. W całym 2015 r. segment Publishing osiągnął wynik na poziomie Skorygowanej EBITDA w wysokości 0 mln PLN, wobec 5 mln PLN zysku osiągniętego w okresie porównywalnym.

Dalsze plany Grupy Empik zakładają następujące cele biznesowe:

- Kontynuacja umacniania pozycji lidera w dystrybucji produktów kultury i rozrywki w kategoriach wydawniczych (tj. „książka”, „muzyka”, „film”, „multimedia”), jednocześnie rozwijając ofertę w kategoriach niewydawniczych. Zmiany asortymentowe, które wciąż się dokonują w Empiku, oznaczają wzbogacenie oferty o nowe kategorie oraz rozwój wybranych grup produktowych.

- Kategoria „książka” – jako strategiczna, sztandarowa kategoria Empiku – będzie nadal rozwijana. Z kolei w kategorii produktów niewydawniczych Grupa Empik skupia się na dalszym rozwijaniu oferty artykułów

szkolno-biurowych, zabawek edukacyjnych i gier planszowych oraz produktów kreatywnych (tzw. „art & craft”).

- Celem operacyjnym Grupy Empik jest także poprawa wizerunku sklepu w oczach klientów poprzez między innymi: poprawę dostępności produktów, wzbogacenie oferty handlowej, poprawę jakości obsługi klienta oraz ulepszenie nawigacji w obrębie sklepów (jeszcze lepszy komfort klientów w poruszaniu się po sklepach i znajdowaniu interesujących ich produktów).
- W segmencie Publishing wdrażana jest od drugiego półrocza strategia na 2016 r., która jest powiązana z planami rozwoju sklepów Empik oraz zakłada pełniejsze wykorzystanie istniejących w Grupie Empik synergii. Nowa strategia wydawnicza segmentu Publishing zakłada m.in. optymalizację struktury wydawanych tytułów, polegającą na jeszcze lepszej selekcji wydawanych tytułów oraz jeszcze lepszemu dostosowaniu wielkości nakładu do potencjału rynku, dalszym rozwoju literatury dziecięcej oraz dalszemu poszerzaniu oferty gier planszowych wydawanych przez segment Publishing.

## 9.2. E-commerce

mln PLN	IV kw. 2015	IV kw. 2014	zmiana	w proc.	I-IV kw. 2015	I-IV kw. 2014	zmiana	w proc.
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>94</b>	<b>96</b>	<b>-2</b>	<b>-2%</b>	<b>288</b>	<b>243</b>	<b>45</b>	<b>19%</b>
Empik.com	86	64	22	35%	225	162	63	39%
Smyk.com	-	25	-25	-100%	34	56	-22	-39%
Digital	8	7	1	14%	29	25	4	17%
<b>Marża brutto</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>-2</b>	<b>-6%</b>	<b>68</b>	<b>63</b>	<b>5</b>	<b>8%</b>
Empik.com	19	14	5	37%	48	37	11	28%
Smyk.com	-	7	-7	-100%	9	16	-7	-42%
Digital	4	3	1	23%	11	10	1	11%
<b>EBITDA</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>-3</b>	<b>-21%</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>-1%</b>
Empik.com	8	7	1	13%	16	14	3	20%
Smyk.com	-	4	-4	-100%	2	5	-3	-54%
Digital	2	2	0	26%	5	5	0	-1%
<b>Skorygowana EBITDA</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>-3</b>	<b>-21%</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>-1%</b>

W skład segmentu E-commerce wchodzi sklepy internetowe: empik.com, empikfoto.pl, empiktravel.pl oraz spółki segmentu Digital, zajmujące się agregacją i dystrybucją treści w formie cyfrowej w kategoriach „muzyka”, „książka”, „gry”.

Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za 2014 r. oraz za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. są zaprezentowane w ramach działalności kontynuowanej segmentu E-commerce. Od lipca 2015 r. sklep internetowy smyk.com został wydzielony do osobnej spółki i jego wyniki finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

**Dla lepszego zrozumienia czytelnika, w poniższej tabeli przedstawiono podsumowanie wyników finansowych sklepu internetowego smyk.com za IV kwartał 2015 r. i 2014 r. oraz za okres 12 miesięcy 2015 r. i 2014 r.**

mln PLN	IV kw. 2015	IV kw. 2014	zmiana	w proc.	I-IV kw. 2015	I-IV kw. 2014	zmiana	w proc.
Przychody ze sprzedaży	39	25	14	54%	91	56	35	64%
Marża brutto	9	7	2	23%	22	16	7	42%
EBITDA	4	4	0	-4%	7	5	2	35%

W IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. przychody ze sprzedaży empik.com oraz segmentu Digital wzrosły odpowiednio o 23 mln PLN (+33% r/r) oraz 67 mln PLN (+36% r/r). Dynamicznie rosła sprzedaż sklepu smyk.com o 54% r/r w IV kwartale 2015 r. oraz o 64% r/r w okresie 12 miesięcy 2015 r.

Kluczowe portale empik.com i smyk.com tradycyjnie zanotowały istotne wzrosty wskaźników operacyjnych – dwucyfrowy wzrost liczby odwiedzających oraz dwucyfrowy wzrost liczby kupujących. Dodatkowo empik.com zanotował w IV kwartale 2015 r. oraz w całym 2015 r. kilkuprocentowy wzrost wartości średniego zamówienia.

W IV kwartale oraz w całym 2015 r. w strukturze sprzedaży empik.com największy udział miały kategorie „książka”, „muzyka”, „zabawki” oraz „kosmetyki”. Dynamicznie rosła sprzedaż smyk.com, gdzie wiodącymi kategoriami w IV kwartale 2015 r. oraz całym 2015 r. były „ubranka”, „zabawki” oraz „akcesoria dziecięce”.

Marża brutto sklepu empik.com, segmentu Digital oraz sklepu smyk.com wzrosła w ujęciu nominalnym w związku ze wzrostem skali działalności.

W IV kwartale 2015 r. sklep empik.com wypracował marżę brutto w ujęciu procentowym na poziomie 22%, takim samym jak w okresie porównywalnym. W porównaniu do roku poprzedniego, w IV kwartale 2015 r. marża brutto w ujęciu procentowym sklepu internetowego smyk.com spadła o 6 p.p. r/r, tj. do poziomu 23%.

W okresie 12 miesięcy 2015 r. sklepy empik.com oraz smyk.com wypracowały marżę brutto w ujęciu procentowym na poziomie odpowiednio 21% (spadek o 2 p.p. r/r) oraz 24% (spadek o 4 p.p. r/r).

Spadek marży brutto w ujęciu procentowym wynikał z kilku czynników:

- W sklepie empik.com spadek marży procentowej wynikał głównie dostosowania polityki cenowej do bieżącej sytuacji panującej na rynku książki, a także zmiany struktury sprzedaży w kategorii „zabawki” (na niekorzyść produktów z niższą jednostkową marżą).
- W sklepie smyk.com spadek marży procentowej wynikał przede wszystkim ze spadku marży w kategoriach „ubranka” (stanowiącej prawie połowę przychodów ze sprzedaży) i „zabawki”. Spadek marży w kategorii „ubranka” spowodowany był m.in. wyższymi cenami nabycia produktów (wyższy średni kurs dolara amerykańskiego), a także prowadzonymi akcjami promocyjnymi kolekcji zimowej. Zmniejszenie procentowej marży brutto w kategorii „zabawek” wynikało ze zmiany struktury sprzedaży, na niekorzyść produktów z niższą jednostkową marżą.

Zysk na poziomie Skorygowanej EBITDA za IV kwartał 2015 r. oraz za 12 miesięcy 2015 r. w sklepie internetowym empik.com wzrósł odpowiednio o 1 mln PLN (+13% r/r) do 8 mln PLN oraz o 3 mln PLN (+20% r/r) do 16 mln PLN.

Skorygowana EBITDA sklepu internetowego smyk.com wyniosła w okresie 12 miesięcy 2015 r. 7 mln PLN, co oznacza 35% wzrost w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Dalsze plany dla segmentu E-commerce zakładają w głównej mierze integrację i dalsze wsparcie rozwoju operacji wielokanałowych sklepów Empik.

- Planowany jest dynamiczny rozwój nowych kategorii, kontynuacja rozszerzania i wzbogacania oferty (między innymi poprzez nawiązywanie współpracy z nowymi dostawcami).
- Wdrażane będą nowe rozwiązania informatyczne, pozwalające na dotarcie do szerszego grona dostawców oraz zwiększą możliwości operacyjne i logistyczne segmentu E-commerce (skrócenie czasu dostawy do klienta).

## 10. Działalność zaniechana Grupy EM&F

### 10.1. Grupa Smyk

mln PLN	IV kw. 2015	IV kw. 2014	zmiana	w proc.	I-IV kw. 2015	I-IV kw. 2014	zmiana	w proc.
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>523</b>	<b>453</b>	<b>70</b>	<b>15%</b>	<b>1 428</b>	<b>1 285</b>	<b>143</b>	<b>11%</b>
Polska	256	228	28	12%	753	653	100	15%
Smyk.com	39	0	39	n/a	57	0	57	n/a
Niemcy	180	171	9	5%	463	439	23	5%
Turcja i Czechy	0	1	-1	-100%	1	16	-16	-96%
Pozostałe kraje	48	53	-5	-9%	155	176	-22	-12%
<b>Marża brutto</b>	<b>218</b>	<b>190</b>	<b>27</b>	<b>14%</b>	<b>610</b>	<b>553</b>	<b>57</b>	<b>10%</b>
Polska	123	111	12	11%	355	313	42	14%
Smyk.com	9	0	9	n/a	13	0	13	n/a
Niemcy	64	54	9	17%	171	152	19	12%
Turcja i Czechy	0	0	0	-100%	0	5	-5	-97%
Pozostałe kraje	22	25	-2	-10%	71	83	-12	-14%
<b>EBITDA</b>	<b>61</b>	<b>58</b>	<b>3</b>	<b>6%</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>51</b>	<b>104%</b>
<b>Skorygowana EBITDA *</b>	<b>84</b>	<b>66</b>	<b>18</b>	<b>28%</b>	<b>122</b>	<b>57</b>	<b>66</b>	<b>115%</b>

\* Skorygowana EBITDA Grupy Smyk wyłącza niegotówkowe zyski z wyceny programów akcji pracowniczych, jednorazowe koszty projektów strategicznych oraz koszty związane ze sprzedażą spółek danego segmentu poza Grupę EM&F.

Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za 2014 r. oraz za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. są zaprezentowane w ramach działalności kontynuowanej segmentu E-commerce. Od lipca 2015 r. sklep internetowy smyk.com został wydzielony do osobnej spółki i jego wyniki za okres 6 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 r. są zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. **Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za 2015 i 2014 r. zostały omówione w części dokumentu poświęconej segmentowi E-commerce.**

Wyniki finansowe Grupy Smyk obejmują także działalność sieci Smyk w Czechach (1 sklep, który zakończył działalność w II kwartale 2015 r.) oraz w Turcji (8 sklepów; Smyk zakończył z powodzeniem wyjście z nierentownych operacji w Turcji w II kwartale 2014 r.).

- W IV kwartale 2014 r. oraz w okresie 12 miesięcy 2014 r. Smyk odnotował stratę na poziomie EBITDA w Turcji i Czechach w wysokości odpowiednio: 3 mln PLN oraz 28 mln PLN. W 2015 r. Grupa Smyk nie poniosła istotnej straty na poziomie EBITDA w związku z zakończeniem działalności w Czechach w 2015 r.

IV kwartał 2015 r. jest kolejnym kwartałem, w którym **Grupa Smyk odnotowała dynamiczny wzrost wyników finansowych na wszystkich kluczowych rynkach**, co potwierdza, że obrona w 2013 r. nowa strategia okazała się skuteczna.

Przychody ze sprzedaży w Grupie Smyk (z wyłączeniem wyników smyk.com, w celu zapewnienia porównywalności) w IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 12 miesięcy 2015 r. wyniosły odpowiednio 484 mln PLN oraz 1,371 mln PLN, co oznacza wzrost odpowiednio o 31 mln PLN (+7%) oraz o 86 mln PLN (+7%) w stosunku do porównywalnego okresu 2014 r. Wzrost przychodów osiągnięto m.in. dzięki zwiększeniu w sklepach Smyk sprzedaży LFL o 7,1% r/r w IV kwartale 2015 r. oraz o 8% r/r w całym 2015 r., a także oraz rozwojowi sieci sprzedaży.

W IV kwartale 2015 r. oraz w całym 2015 r. marża brutto Grupy Smyk (z wyłączeniem smyk.com, w celu zapewnienia porównywalności) w ujęciu nominalnym wzrosła odpowiednio o 18 mln PLN (+10% r/r) oraz o 44 mln PLN (+8% r/r).

Smyk w Polsce odnotował kolejny wzrost wyników operacyjnych:

- Kilkunastoprocentowy wzrost przychodów ze sprzedaży w IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 12 miesięcy 2015 r. w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. wynikał z rosnących przychodów ze sprzedaży LFL (wzrost o odpowiednio 7,5% r/r oraz 9,4% r/r) oraz rozwoju sieci handlowej. Na koniec IV kwartału 2015 r. Smyk w Polsce posiadał 126 sklepów, tj. o 12 sklepów więcej w porównaniu do IV kwartału roku

poprzedniego. Na wzrost przychodów Smyk Polska wpłynął również dynamiczny rozwój sprzedaży hurtowej na rynkach zagranicznych. Poza Armenią i Gruzją, dotychczasowymi partnerami, Smyk Polska otworzył w 2015 r. kolejne punkty sprzedaży w Czechach, Serbii i Słowenii. Początek roku 2016 przyniósł kolejne nowe rynki, na których operuje Smyk: Francję, Hiszpanię i Chorwację, co w sumie daje 25 obiektów (Shop In Shop) obsługiwanych w modelu sprzedaży hurtowej.

- Marża brutto w ujęciu procentowym w IV kwartale 2015 r. oraz w całym 2015 r. wyniosła odpowiednio 48% oraz 47% i była nieznacznie niższa o 0,7 p.p. w porównaniu do analogicznych okresów roku ubiegłego,
- Wzrost przychodów ze sprzedaży, wysoki poziom procentowej marży brutto oraz ścisła kontrola kosztów operacyjnych przełożyły się na istotną poprawę wyniku EBITDA Smyka w Polsce w 2015 r. w porównaniu z rokiem poprzednim.

W Spiele Max w Niemczech kontynuowany jest proces transformacji, którego celem jest trwale zwiększenie rentowności:

- Zarówno w IV kwartale 2015 r., jak i w całym 2015 r., Spiele Max w Niemczech odnotował kilkuprocentowy wzrost przychodów ze sprzedaży, co było związane głównie z rosnącą sprzedażą sklepu internetowego spielemax.de oraz wzrostem sprzedaży LFL w sklepach stacjonarnych.
- W IV kwartale 2015 r. Spiele Max zwiększył procentową marżę brutto o 4 p.p. r/r, do 35%. W całym 2015 r. procentowa marża brutto wyniosła 37% i była wyższa o 2 p.p. w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. Warto podkreślić, że Spiele Max istotnie zwiększył marżę brutto w ujęciu procentowym na wysoko marżowych kategoriach, takich jak „ubranka”, „obuwie” i „akcesoria odzieżowe”.

Dzięki rosnącym przychodom oraz marży brutto w ujęciu procentowym, Spiele Max osiągnął w 2015 r. kilkunastoprocentowy wzrost marży brutto w ujęciu nominalnym.

- Dzięki zwiększeniu marży brutto, a także kontroli kosztów operacyjnych Spiele Max osiągnął w IV kwartale 2015 r. oraz okresie 12 miesięcy 2015 r. zysk na poziomie Skorygowanej EBITDA wyższy odpowiednio o 2 mln PLN oraz 7 mln PLN w porównaniu do analogicznych okresów roku ubiegłego.

W 2015 r. Smyk na Ukrainie odnotował kilkudziesięcioprocentowe wzrosty sprzedaży LFL w walucie lokalnej. Natomiast przychody ze sprzedaży LFL Smyka w Rosji wzrosły o kilkanaście procent.

- Przychody ze sprzedaży Smyka na Ukrainie za IV kwartał 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. w walucie lokalnej były wyższe odpowiednio o 35% oraz 38% w porównaniu do analogicznych okresów roku ubiegłego.

Wyższe ceny nabycia produktów (co wynika ze skumulowanego efektu: (i) wyższego średniego kursu dolara amerykańskiego, a także (ii) osłabienia hrywny wobec złotego w 2015 r. w porównaniu do 2014 r.) spowodowały spadek marży brutto w ujęciu procentowym w IV kwartale 2015 r. o 3 p.p. r/r, tj. do poziomu 46%. W 2015 r. procentowa marża brutto Smyka na Ukrainie wyniosła 46% (spadek o 2 p.p. r/r). Pomimo niekorzystnego wpływu osłabienia waluty lokalnej, w IV kwartale 2015 r. marża brutto w ujęciu nominalnym w walucie lokalnej wzrosła o 28% r/r. Marża brutto w ujęciu nominalnym za 2015 r. wzrosła o 33% r/r.

Dzięki kontroli kosztów oraz pomimo dewaluacji hrywny wpływającej na poziom kosztów wynajmu, w IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 12 miesięcy 2015 r. Smyk na Ukrainie osiągnął zysk Skorygowanej EBITDA na poziomie nieznacznie niższym od wyników osiągniętych w analogicznych okresach 2014 roku.

- W IV kwartale 2015 r. oraz narastająco za 12 miesięcy 2015 r. Smyk w Rosji zanotował kilkunastoprocentowy wzrost przychodów w walucie lokalnej. W IV kwartale 2015 r. oraz całym 2015 r. marża brutto wyrażona procentowo wyniosła odpowiednio 45% oraz 45% i kształtowała się na poziomie osiągniętym w porównywalnych okresach roku 2014.

W IV kwartale 2015 r. oraz w całym 2015 r. marża brutto w ujęciu nominalnym w walucie lokalnej wzrosła o kilkanaście procent w porównaniu do analogicznych okresów roku ubiegłego.

W IV kwartale 2015 r. Smyk w Rosji osiągnął zysk na poziomie Skorygowanej EBITDA wyrażony w PLN w wysokości podobnej do wyniku osiągniętego w okresie porównywalnym. W okresie 12 miesięcy 2015 r. Smyk w Rosji poniósł stratę na poziomie Skorygowanej EBITDA, która była wyższa niż strata osiągnięta w 2014 r.

- W IV kwartale 2015 r. oraz za narastająco za 12 miesięcy 2015 r. Smyk w Rumunii osiągnął zysk na poziomie Skorygowanej EBITDA., który był nieznacznie niższy od wyników osiągniętych w analogicznych okresach roku 2014 na skutek osłabienia w grudniu 2015 r. rumuńskiego leja w stosunku do złotego.

Dalsze plany Grupy Smyk obejmują:

- Wykorzystanie efektu skali Grupy Smyk, jako jednego z największych w Europie dystrybutorów asortymentu dziecięcego, w celu zwiększenia marży oraz redukcji kosztów dzięki synergii. To również obejmuje dalszy rozwój własnej infrastruktury zaopatrzeniowej w Azji.
- Kontynuacja ekspansji w Polsce, dalszy rozwój sprzedaży z operacji wielokanałowych (sklepy tradycyjne oraz sklep internetowy) oraz dalsza optymalizacja zaangażowania w kapitał obrotowy.
- Dalszy wzrost sprzedaży marek własnych (w tym wysokomarżowej kategorii „ubranka”), rozwój operacji wielokanałowych w Niemczech (sklepy tradycyjne oraz sklep internetowy), a także dalszy rozwój organiczny poprzez otwieranie nowych sklepów.
- Dalsza poprawa rentowności operacji na Wschodzie, głównie w Rosji, m.in. dzięki nowym inicjatywom komercyjnym oraz ścisłej kontroli kosztów.
- Szybszy rozwój nowych kanałów dystrybucji (w tym sprzedaży hurtowej oraz franszyzy) dla dobrze rozpoznawanych i cenionych wśród klientów marek własnych (ubranka „Cool Club” i kolekcje zabawek „Smiki”). W ostatnim czasie partnerzy Grupy Smyk otworzyli 2 punkty sprzedaży hurtowej w modelu Shop In Shop na Słowenii oraz w Czechach. W najbliższych miesiącach planowane są dalsze otwarcia.

## 10.2. Grupa Optimum

mln PLN	IV kw. 2015	IV kw. 2014	zmiana	w proc.	I-IV kw. 2015	I-IV kw. 2014	zmiana	w proc.
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>68</b>	<b>55</b>	<b>13</b>	<b>24%</b>	<b>278</b>	<b>252</b>	<b>26</b>	<b>10%</b>
Polska	45	36	9	26%	185	168	17	10%
Pozostałe kraje	23	19	4	22%	93	84	9	11%
<b>Marża brutto</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>3</b>	<b>17%</b>	<b>112</b>	<b>108</b>	<b>4</b>	<b>3%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>0</b>	<b>-4</b>	<b>5</b>	<b>-109%</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>1%</b>
<b>Skorygowana EBITDA</b>	<b>0</b>	<b>-4</b>	<b>5</b>	<b>-110%</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>

W skład Grupy Optimum wchodzi spółki Optimum Distribution, prowadzące dystrybucję artykułów kosmetycznych i optycznych na terenie Polski, Czech i Słowacji oraz spółki Amersport, realizujące dystrybucję hurtową i handel detaliczny artykułami sportowymi, głównie w Polsce i Rosji.

W IV kwartale 2015 r. oraz w okresie 12 miesięcy 2015 r. Grupa Optimum odnotowała wzrost przychodów ze sprzedaży o odpowiednio 24% r/r oraz 10% r/r. Wzrost przychodów wynikał głównie z rosnącej sprzedaży marek Chanel, Clarins oraz Baush & Lomb w Polsce i Czechach, a także z wzrostu sprzedaży marki Converse na rynku polskim.

Marża brutto w ujęciu procentowym w IV kwartale 2015 r. wyniosła 31% i zmniejszyła się nieznacznie w porównaniu do IV kwartału 2014 r. (spadek o 2 p.p. r/r). Spadek marży brutto w ujęciu procentowym dotyczy spółki Amersport w Polsce i wynika z wyższych cen nabycia produktów (marki Converse, CAT, Merrell), co jest związane z wyższym średnim kursem dolara amerykańskiego w 2015 r. w porównaniu do 2014 r.



Rosnące przychody ze sprzedaży przełożyły się na wzrost marży brutto w ujęciu nominalnym do poziomu 21 mln PLN (+3 mln PLN lub +17% r/r) w IV kwartale 2015 r. oraz do poziomu 112 mln PLN (+4 mln PLN lub +3% r/r) za okres 12 miesięcy 2015 r.

W IV kwartale 2015 r. Skorygowana EBITDA w Grupie Optimum w ujęciu nominalnym wyniosła 0 m PLN i była wyższa o 5 mln PLN w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. Wzrost Skorygowanej EBITDA w IV kwartale 2015 r. wynikał głównie z wyższej nominalnej marży brutto oraz kontroli kosztów operacyjnych.

Wynik na poziomie Skorygowanej EBITDA za 12 miesięcy 2015 r. był na poziomie roku 2014 i wyniósł 18 mln PLN. Podkreślenia wymaga fakt, iż w I połowie 2014 r. Grupa Optimum zakończyła kontrakt z firmą EPCD (marka Dior) na świadczenie usług wsparcia oraz logistyki, które w 2014 r. generowały dodatkowe przychody w Grupie Optimum.

### 10.3. Szkoły Językowe

mln PLN	IV kw. 2015	IV kw. 2014	zmiana	w proc.	I-IV kw. 2015	I-IV kw. 2014	zmiana	w proc.
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>43</b>	<b>55</b>	<b>-12</b>	<b>-22%</b>	<b>156</b>	<b>193</b>	<b>-36</b>	<b>-19%</b>
Polska	34	39	-4	-12%	124	133	-9	-7%
Pozostałe kraje	9	16	-8	-48%	33	59	-27	-45%
<b>Marża brutto</b>	<b>29</b>	<b>41</b>	<b>-12</b>	<b>-29%</b>	<b>105</b>	<b>137</b>	<b>-32</b>	<b>-23%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>-1</b>	<b>12</b>	<b>-12</b>	<b>-107%</b>	<b>-11</b>	<b>30</b>	<b>-41</b>	<b>-139%</b>
<b>Skorygowana EBITDA *</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>-5</b>	<b>-47%</b>	<b>-4</b>	<b>30</b>	<b>-34</b>	<b>-115%</b>

\* Skorygowana EBITDA Segmentu Szkół Językowych wyłącza koszty związane ze sprzedażą spółek danego segmentu poza Grupę EMF.

W dniu 31 grudnia 2015 r. spółki z segment Szkoły Językowe został zbyte, w związku z czym całość aktywów i zobowiązań została zdekonsolidowana w ramach rozliczenia transakcji sprzedaży.

W porównaniu do 2014 r., w okresie 12 miesięcy 2015 r. segment Szkoły Językowe wypracował gorsze wyniki na rynku polskim, rosyjskim, ukraińskim i tureckim.

W Polsce zanotowano niższe przychody ze sprzedaży, co było związane m.in. z efektem rozliczania przychodów w czasie w sieci empik school i Speak UP (przesunięcia zapisów studentów oraz spadek średniej ceny kursów w sieci empik school i Speak UP), a także niższą sprzedażą w segmencie klientów korporacyjnych. Spadek przychodów wpłynął negatywnie na marżę brutto, co przy zwiększonych wydatkach na akcje marketingowe oraz wyższych kosztach telemarketingu przyczyniło się do istotnego spadku Skorygowanej EBITDA w Polsce w 2015 r.

W 2015 r. Szkoły Językowe w Rosji poniosły stratę na poziomie Skorygowanej EBITDA, wobec zysku osiągniętego w roku 2014. Gorsze wyniki w Rosji są efektem załamania gospodarki rosyjskiej. Spadek koniunktury w Rosji spowodował brak płynności na rynku rosyjskim i w efekcie spadek udzielanych kredytów konsumenckich, co miało wpływ na poziom zapisów studentów na kursy językowe, jak również wpłynęło na dewaluację rubla. Dodatkowo, załamanie gospodarcze wymusiło obniżkę ceny kursów. Niższy poziom sprzedaży, wynikającej z rozliczenia kontraktów z niższą ceną, istotnie obniżyło wyniki zrealizowane w Rosji w 2015 r.

Narastająco za 12 miesięcy 2015 r. Szkoły Językowe na Ukrainie osiągnęły zysk na poziomie Skorygowanej EBITDA wyrażony w walucie lokalnej nieznacznie niższy od wyników osiągniętych w analogicznym okresie roku 2014. Dewaluacja hrywny w 2015 r. spowodowała jednak istotny spadek Skorygowanej EBITDA w 2015 r. wyrażonej w PLN.

Ze względu na pogarszające się wyniki operacyjne na rynku tureckim oraz brak perspektyw na ich zmianę w krótkim okresie, zarząd Szkół Językowych zdecydował o zakończeniu działalności w tej jurysdykcji. Do końca III kwartału 2015 r. wszystkie szkoły działające na tym rynku zostały zamknięte.

## 11. Sieć sprzedaży

Ilość punktów sprzedaży oraz ich powierzchnia	Stan na 31.12.2014		Zmiany w I kw.		Zmiany w II kw.		Zmiany w III kw.		Zmiany w IV kw.		Stan na 31.12.2015	
	ilość	m.kw.	otwarcia	zamknięcia	otwarcia	zamknięcia	otwarcia	zamknięcia	otwarcia	zamknięcia	ilość	m.kw.
<b>Grupa Empik</b>	<b>218</b>	<b>91 084</b>	<b>3</b>	<b>(1)</b>	<b>2</b>	<b>(1)</b>	<b>2</b>	<b>(1)</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>228</b>	<b>94 245</b>
<b>Razem działalność kontynuowana</b>	<b>218</b>	<b>91 084</b>	<b>3</b>	<b>(1)</b>	<b>2</b>	<b>(1)</b>	<b>2</b>	<b>(1)</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>228</b>	<b>94 245</b>
<b>Grupa Smyk *</b>	<b>205</b>	<b>189 725</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>(2)</b>	<b>2</b>	<b>(1)</b>	<b>9</b>	<b>-</b>	<b>216</b>	<b>195 216</b>
Polska	114	90 617	1	-	2	-	2	(1)	8	-	126	98 410
Niemcy	58	78 731	-	-	-	(1)	-	-	1	-	58	77 313
Rosja	21	11 682	-	-	-	-	-	-	-	-	21	11 682
Ukraina	8	5 941	-	-	-	-	-	-	-	-	8	5 941
Rumunia	3	1 870	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1 870
Czechy	1	885	-	-	-	(1)	-	-	-	-	-	-
<b>Szkoły Językowe **</b>	<b>117</b>	<b>35 538</b>	<b>3</b>	<b>(4)</b>	<b>-</b>	<b>(1)</b>	<b>2</b>	<b>(5)</b>	<b>-</b>	<b>(112)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Polska	80	26 504	1	-	-	-	2	-	-	(83)	-	-
Rosja	22	5 033	-	(4)	-	(1)	-	-	-	(17)	-	-
Ukraina	10	2 891	2	-	-	-	-	-	-	(12)	-	-
Turcja	5	1 110	-	-	-	-	-	(5)	-	-	-	-
<b>Grupa Optimum</b>	<b>22</b>	<b>2 066</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(2)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>22</b>	<b>1 983</b>
Polska	16	1 582	-	-	-	(2)	-	-	-	-	14	1 255
Rosja	6	484	1	-	-	-	-	-	1	-	8	729
<b>Pozostała działalność zaniechana ***</b>	<b>43</b>	<b>11 749</b>	<b>-</b>	<b>(23)</b>	<b>-</b>	<b>(20)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Razem działalność zaniechana</b>	<b>387</b>	<b>239 078</b>	<b>5</b>	<b>(27)</b>	<b>2</b>	<b>(25)</b>	<b>4</b>	<b>(6)</b>	<b>10</b>	<b>(112)</b>	<b>238</b>	<b>197 199</b>
<b>Razem Grupa EM&amp;F</b>	<b>605</b>	<b>330 162</b>	<b>8</b>	<b>(28)</b>	<b>4</b>	<b>(26)</b>	<b>6</b>	<b>(7)</b>	<b>16</b>	<b>(112)</b>	<b>466</b>	<b>291 444</b>

\* W ramach sieci sprzedaży Grupy Smyk został zaprezentowany jeden sklep Smyka w Czechach, który w poprzednich okresach był prezentowany w ramach pozostałej działalności zaniechanej.

\*\* Spółki z segmentu Szkoły Językowe zostały sprzedane w dniu 31 grudnia 2015 r., co zostało odzwierciedlone w kolumnie „zamknięcia” w IV kwartale 2015 r.

\*\*\* W ramach pozostałej działalności zaniechanej zaprezentowano sklepy segmentu Moda.