



**WPROWADZENIE DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA
FINANSOWEGO MARVIPOL S.A. ZA 2015 ROKU**

I.	PODSTAWOWE INFORMACJE O GRUPIE KAPITAŁOWEJ MARVIPOL S.A.	3
1.	<i>Wstęp</i>	3
2.	Struktura Grupy Marvipol S.A.	3
3.	Obszary działalności Grupy Marvipol	4
3.1.	Segment deweloperski	4
3.2.	Segment motoryzacyjny	5
3.3.	Segment najmu	6
II.	WYBRANE DANE FINANSOWE	7
1.	Wybrane skonsolidowane dane finansowe	7
2.	Wybrane skonsolidowane dane finansowe według segmentów	8
III.	PODSUMOWANIE 2015 R.	9
1.	Segment deweloperski	9
1.1.	Kontraktacja mieszkań i lokali użytkowych	9
1.2.	Przekazania mieszkań i lokali użytkowych	9
1.3.	Przychody ze sprzedaży mieszkań i lokali użytkowych w podziale na projekty	10
A.	IV kwartał 2015 r.	10
B.	2015 r.	10
1.4.	Wartość umów przedwstępnych i deweloperskich podpisanych do 31 grudnia 2015 r., dla których mieszkania nie zostały jeszcze przekazane klientom	11
1.5.	Opis czynników i zdarzeń mających istotny wpływ na osiągnięte w 2015 r. wyniki segmentu deweloperskiego	11
1.6.	Czynniki, które będą miały wpływ na wyniki segmentu deweloperskiego w perspektywie najbliższych 12 miesięcy	12
2.	Segment motoryzacyjny	12
2.1.	Wyniki sprzedaży samochodów Jaguar Land Rover	12
A.	Wyniki sprzedaży British Automotive Polska sp. z o.o. do dilerów (wholesale) w IV kwartale 2015 r.	12
B.	Wyniki sprzedaży British Automotive Polska sp. z o.o. do dilerów (wholesale) w 2015 r.	13
C.	Wyniki sprzedaży dilerów wchodzących w skład Grupy Marvipol do użytkowników końcowych w IV kwartale 2015 r.	13
D.	Wyniki sprzedaży dilerów wchodzących w skład Grupy Marvipol do użytkowników końcowych w IV kwartale 2015 r.	13
2.2.	Opis czynników i zdarzeń mających istotny wpływ na osiągnięte w III kwartale 2015 r. wyniki segmentu motoryzacyjnego	13
2.3.	Czynniki, które będą miały wpływ na wyniki segmentu motoryzacyjnego w perspektywie najbliższych 12 miesięcy	14
3.	Segment najmu	14
3.1.	Opis czynników i zdarzeń mających istotny wpływ na osiągnięte w 2015 r. wyniki segmentu najmu.	14
3.2.	Czynniki, które będą miały wpływ na wyniki segmentu najmu w perspektywie najbliższych 12 miesięcy	14

I. PODSTAWOWE INFORMACJE O GRUPIE KAPITAŁOWEJ MARVIPOL S.A.

1. WSTĘP

Grupa Kapitałowa Marvipol prowadzi działalność w dwóch głównych segmentach:

- ✓ deweloperskim, w obszarze budownictwa mieszkaniowego,
- ✓ motoryzacyjnym, prowadząc, poprzez wyspecjalizowane spółki, import, sprzedaż i kompleksową obsługę posprzedażową samochodów marek Jaguar, Land Rover, Aston Martin, i Lotus.

Profil działalności Grupy uzupełnia wynajem powierzchni komercyjnych. W 2015 r. Marvipol S.A. dokonał dezinwestycji z segmentu myjni samochodowych, sprzedając 100% udziałów w Robo Wash sp. z o.o.

Firma Marvipol obecna jest na rynku od 1996 r. Od 2006 r. firma działa w formie spółki akcyjnej. Akcje Marvipol S.A., podmiotu dominującego Grupy, notowane są na rynku głównym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie.

2. STRUKTURA GRUPY MARVIPOL S.A. NA DZIEŃ 31.12.2015 R.



3. OBSZARY DZIAŁALNOŚCI GRUPY MARVIPOL

3.1. Segment deweloperski

Grupa Marvipol jest jednym największych warszawskich deweloperów. Od początku swojej działalności Grupa Marvipol zrealizowała 21 projektów mieszkaniowych i komercyjnych, z blisko 260 tys. m² powierzchni użytkowej mieszkalnej i usługowej. Strategia produktowa Grupy zakłada oferowanie produktów o wyróżniającej się jakości w każdym z segmentów docelowych. Prawie 20 lat doświadczenia na warszawskim rynku mieszkaniowym jest jednym z największych atrybutów Grupy Marvipol.

Obecnie Grupa Marvipol posiada w swojej ofercie sprzedaży 8 projektów mieszkaniowych:

- ✓ ukończone: Apartamenty Mokotów Park, ART Eco, Bielany Residence, Hill Park Apartments i Osiedle Zielona Italia;
- ✓ będący w realizacji Central Park Ursynów, którego etap CPU 1A został oddany do użytkowania na początku IV kw. 2015 r., etap CPU 1B zostanie oddany do użytkowania pod koniec pierwszej połowy 2016 r., a etap CPU 2, komercjalizowany pod nazwą handlową Lake Park Apartments, jest w sprzedaży od III kw. 2015 r.;
- ✓ będące, od I kw. 2016 r., na etapie przedsprzedaży projekty Riviera Park oraz Bemowo Residence.

W 2015 r. Grupa Marvipol zintensyfikowała działania mające na celu pozyskanie nieruchomości pod nowe projekty mieszkaniowe. W rezultacie w minionym roku Grupa Marvipol nabyła w Warszawie:



✓ nieruchomości zlokalizowane w sąsiedztwie Kanału Żerańskiego na tzw. bliskiej Białołęce o łącznej powierzchni 5,27 ha. Na zakupionych parcelach powstanie, w ramach projektu Riviera Park, blisko 1 tys. mieszkań. I etap inwestycji, ze 190 mieszkaniami, od lutego 2016 r. jest w przedsprzedaży;

✓ nieruchomość zlokalizowaną w dzielnicy Bemowo (Warszawa). Na działce zlokalizowanej przy ul. Szeligowskiej w ramach projektu Bemowo Residence powstaną 104 lokale mieszkaniowe i usługowe. Projekt został wprowadzony do przedsprzedaży w lutym 2016 r.

W minionym roku Grupa Marvipol zawarła również kilka warunkowych umów, uprawniających Grupę do zakupu nieruchomości pod budownictwo mieszkaniowe, których realizacja uzależniona jest m.in. od spełnienia przez sprzedających warunków dot. przygotowania nieruchomości do realizacji na niej inwestycji. Realizując takie uprawnienia Grupa Marvipol nabyła, w lutym 2016 r., kolejną nieruchomość przy ul. Modzelewskiego na Mokotowie (Warszawa), przy której zamierza zrealizować projekt apartamentowy.

Strategia segmentu deweloperskiego zakłada poszukiwanie i realizację przede wszystkim wysokomarżowych projektów o ponadnormatywnej, dla średniej rynkowej, rentowności zaangażowanego kapitału. Kluczowymi elementami biznesowego sukcesu segmentu deweloperskiego Grupy są: staranny proces zakupu działek budowlanych, realizacja projektów we współpracy ze sprawdzonymi, renomowanymi generalnymi wykonawcami i biurami projektowymi, aktywny proces sprzedaży, wspierany szerokim wachlarzem działań marketingowych, finansowanie projektu przy wykorzystaniu różnorodnego finansowania zewnętrznego.

Dążąc do osiągnięcia optymalnego zwrotu na kapitale segmentu deweloperskiego w 2015 r. Grupa Marvipol zawiązała z Grupą Panattoni, liderem rynku magazynowego w Polsce i w Europie, wspólne przedsięwzięcie deweloperskie dla realizacji i komercjalizacji projektów magazynowo-logistycznych. W ramach tego porozumienia Industrial Center 37 sp. z o.o., spółka celowa, której udziałowcami są Marvipol Estate sp. z o.o. (kontrolujący 68% kapitału spółki) oraz PG Europe S.a r.l. (32% kapitału), nabyła grunty o łącznej powierzchni 9,55 ha, zlokalizowane w gminie Jawczyce (powiat warszawski zachodni), w sąsiedztwie węzła Konotopa, w którym autostrada A przechodzi w obwodnicę Warszawy. Na zakupionej parceli realizowany jest, w ramach dwóch odrębnych zadań inwestycyjnych, kompleks magazynowo-logistyczny Panattoni Park Warsaw o łącznej powierzchni użytkowej 49 tys. m². Na dzień 31 grudnia 2015 r. zaawansowanie I zadania inwestycyjnego wynosiło 54%, a drugiego – w 14%, a na dzień publikacji niniejszego sprawozdania odpowiednio 86% i 51%. Dodatkowo na 55% powierzchni obu obiektów podpisane zostały już umowy najmu. Zakończenie budowy całego kompleksu planowane jest najpóźniej na III kw. 2016 r.

3.2. Segment motoryzacyjny

Grupa Marvipol, poprzez spółki zależne, prowadzi na polskim rynku sprzedaż samochodów Jaguar, Land Rover i Aston Martin. Wchodzące w skład Grupy spółki są generalnymi importerami lub wyłącznymi przedstawicielami ww. marek na polskim rynku.

Podstawową działalnością segmentu motoryzacyjnego jest import i sprzedaż, na polskim rynku, samochodów Jaguar Land Rover, prowadzona od 2003 r. przez British Automotive Polska sp. z o.o. (dawniej JLR Polska sp. z o.o.), wchodzącą w skład Grupy Marvipol, generalnego importera marek segmentu premium: Jaguar, Land Rover. Spółki z Grupy Marvipol prowadzą również dilerstwa Jaguar Land Rover w Warszawie (dwa salony), Łodzi i Trójmieście.

Strategia rozwoju segmentu motoryzacyjnego na lata handlowe 2014-2016, zaprezentowana w połowie 2014, zakłada osiągnięcie w tym okresie dwucyfrowego średniorocznego wzrostu sprzedaży samochodów Jaguar Land Rover. Wzrost wolumenu sprzedawanych samochodów będzie stymulowany zarówno umacnianiem się marek Jaguar Land Rover w tradycyjnych segmentach rynku premium, jak również poszerzaniem oferty produktowej o nowe modele, w tym modele adresowane do szerszego grona klientów. W 2015 r. wprowadzono do sprzedaży dwa nowe modele: Jaguar XE – sedan w klasie średniej premium oraz Land Rovera Discovery Sport – średni SUV. W październiku 2015 r. miała również miejsce polska premiera Jaguar XF nowej generacji, następcy bardzo dobrze sprzedającego się samochodu klasy E. W 2016 r. na rynku zadebiutuje pierwszy w historii SUV marki Jaguar – F-Pace. Oficjalna polska premiera auta odbędzie się na rozpoczynających się 31 marca targach Motor Show 2016 w Poznaniu. Zmiana miksu, wynikająca ze większej ilości samochodów marki Jaguar oraz włączenia tańszych modeli obu marek, będzie miała wpływ na generowanie niższej marży na sprzedaży tych samochodów, co powinno jednak być niwelowane znaczącymi wzrostami wolumenów sprzedaży. Ambitnym celem segmentu będzie zwiększenie generowanych wyników netto w nadchodzących latach.

W ocenie Zarządu Spółki segment motoryzacyjny Grupy Marvipol, będąc beneficjentem globalnej strategii rozwoju Jaguar Land Rover, w kolejnych latach pozostanie najdynamiczniej rozwijającym się podmiotem na polskim rynku motoryzacyjnym.

Realizując założenia i cele segmentu Grupa Marvipol w 2015 r. zintensyfikowała działania zmierzające do wzbogacenia oferty produktów i usług motoryzacyjnych, pozwalających na osiągnięcie optymalnego zwrotu z kapitału, w tym kapitału ludzkiego, zaangażowanego w budowę pozycji Jaguar Land Rover w Polsce. W ofercie Grupy Marvipol znajdują się też usługi finansowe (kredyt, leasing operacyjny i finansowy), ubezpieczeniowe, serwis gwarancyjny i pogwarancyjny.

W 2016 r. Grupa Marvipol planuje uruchomić program sprzedaży aut używanych. Podaż wzorcowo serwisowanych, sprawdzonych technicznie samochodów dla programu budować będzie m.in. rozwijana współpraca Grupy z firmami typu rent-a-car, z którymi Grupa zawiera pakietowe transakcje sprzedaży z zobowiązaniem późniejszego odkupu.

3.3. Segment najmu

Spółki z Grupy Marvipol zajmują się wynajmem powierzchni komercyjnych będących w posiadaniu Grupy. Najważniejszym aktywem segmentu jest budynek biurowy Prosta Tower w Warszawie. Budynek, zlokalizowany przy ul. Prostej w centrum dynamicznie rozwijającego się obszaru biurowego, został oddany do użytku w I kw. 2011 r. Powierzchnia użytkowa budynku wynosi 6 084 m². Obecnie prowadzony jest proces sprzedaży budynku Prosta Tower. W przypadku jego zakończenia ulegnie zmianie zarówno struktura zobowiązań w wyniku spłacenie kredytu jak i środków pieniężnych uzyskanych poprzez sprzedaż budynku.

II. WYBRANE DANE FINANSOWE

1. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE FINANSOWE

	1.01.2015 - 31.12.2015 r.	1.01.2014 - 31.12.2014 r.	1.01.2015 - 31.12.2015 r.	1.01.2014 - 31.12.2014 r.
W tys.	PLN	PLN	EUR	EUR
Przychody z działalności kontynuowanej	694 166	750 242	165 878	179 085
Przychody ze sprzedaży	686 418	738 508	164 026	176 284
Zysk na działalności operacyjnej	46 368	74 106	11 080	17 689
Zysk przed opodatkowaniem	31 973	56 631	7 640	13 518
Zysk netto z działalności kontynuowanej	27 667	46 205	6 611	11 029
Zysk przypadający na 1 akcję:				
Podstawowy (zł)	0,67	1,11	0,16	0,26
Rozwodniony (zł)	0,67	1,11	0,16	0,26
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	133 044	148 440	31 792	35 433
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-19 971	-51	-4 772	-12
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-41 346	-98 400	-9 880	-23 488
Przepływy pieniężne netto, razem	71 727	48 256	17 140	11 519
	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2014
W tys.	PLN	PLN	EUR	EUR
Kapitał własny razem	326 058	292 899	76 512	68 719
Aktywa razem	863 189	832 306	202 555	195 272
Aktywa trwałe razem	199 037	152 458	46 706	35 769
Aktywa obrotowe razem	664 152	679 848	155 849	159 503
Zobowiązania długoterminowe razem	254 846	225 666	59 802	52 945
Zobowiązania krótkoterminowe razem	282 285	313 741	66 241	73 608
Dług netto*	98 655	196 055	23 150	45 997

*Zobowiązania oprocentowane pomniejszone o środki pieniężne i ich ekwiwalenty.

Poszczególne pozycje aktywów i pasywów bilansu - według średniego kursu obowiązującego na 31 grudnia 2015 roku: 4,2615 PLN/EUR (na 31 grudnia 2014 r.: 4,2623 PLN/EUR)

Poszczególne pozycje sprawozdania z całkowitych dochodów - według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ustalonych przez Narodowy Bank Polski na ostatni dzień każdego zakończonego miesiąca w 2015 roku 4,1848 PLN/EUR; (w 2014 r.: 4,1893 PLN/EUR).

2. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE FINANSOWE WEDŁUG SEGMENTÓW

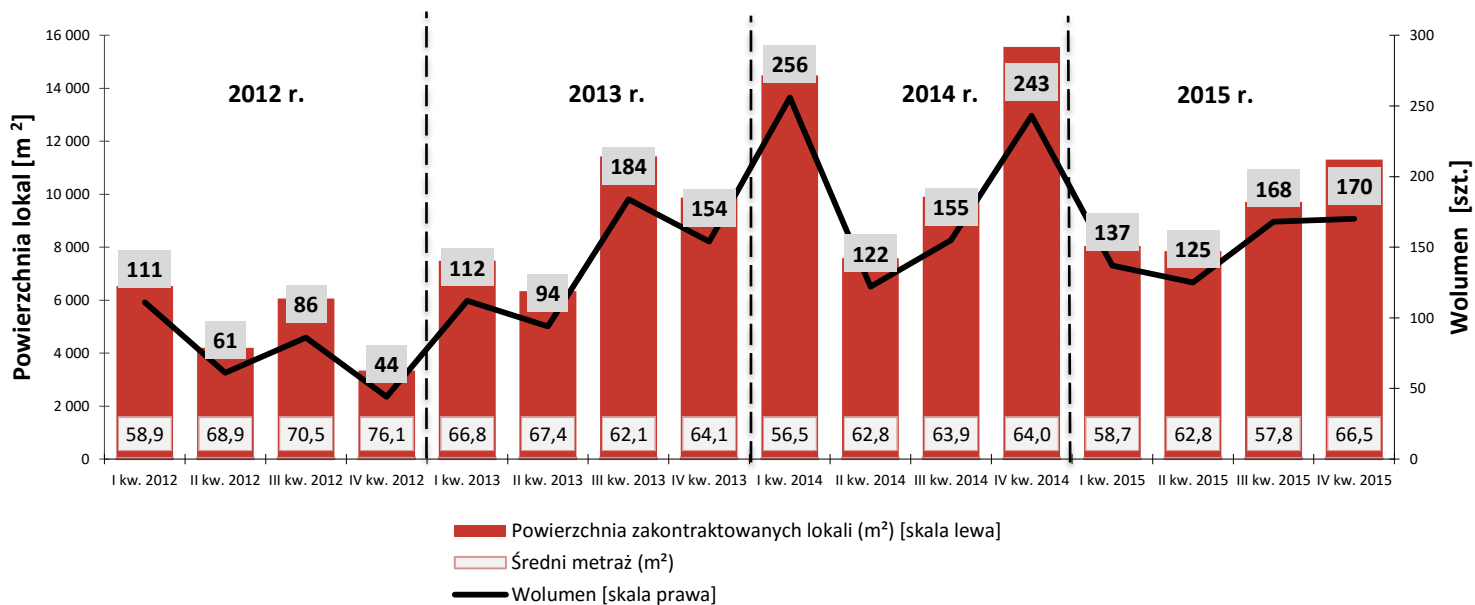
Segmenty zgodnie z MSSF 8

	Działalność deweloperska		Sprzedaż samochodów		Najem		Eliminacje	
<i>W tys. PLN</i>	1.01.2015 - 31.12.2015 r.	1.01.2014 - 31.12.2014 r.	1.01.2015 - 31.12.2015 r.	1.01.2014 - 31.12.2014 r.	1.01.2015 - 31.12.2015 r.	1.01.2014 - 31.12.2014 r.	1.01.2015 - 31.12.2015 r.	1.01.2014 - 31.12.2014 r.
Przychody od odbiorców zewnętrznych	266 877	398 535	412 049	332 522	7 492	7 451	-	-
Przychody z transakcji pomiędzy segmentami	1 427	7 951	2	118	1 944	2 355	-3 373	-10 424
Udziały w zyskach spółek współkontrolowanych	3 407	-	-	-	-	-	-	-
Pozostałe przychody operacyjne	5 242	8 448	1 999	2 625	543	662	-	-
Przychody od odbiorców razem	276 917	414 934	414 050	335 265	9 979	10 468	-3 373	-10 424
Wynik segmentu	12 726	42 518	27 318	27 541	3 996	4 289	-	-
<i>W tys. PLN</i>	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2014
Aktywa segmentu	482 557	558 677	127 096	137 428	100 369	104 035	-3 173	-59 900
Zobowiązania segmentu	237 009	282 222	96 758	83 114	73 490	62 732	-	-
Wydatki inwestycyjne	2 370	2 158	6 442	129	80	794	-	-
Amortyzacja	861	539	751	934	608	684	-	-

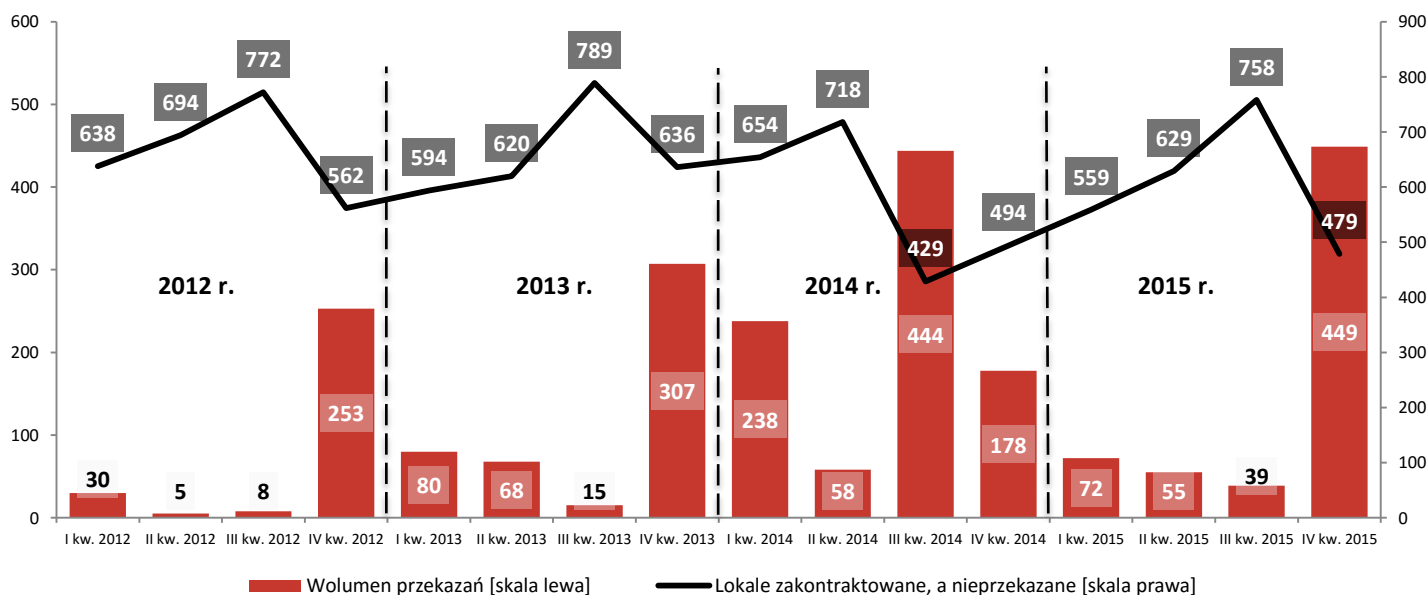
III. PODSUMOWANIE 2015 R.

1. SEGMENT DEWELOPERSKI

1.1. Kontraktacja mieszkań i lokali użytkowych



1.2. Przekazania mieszkań i lokali użytkowych



1.3. Przychody ze sprzedaży mieszkań i lokali użytkowych w podziale na projekty
A. IV kwartał 2015 r

Projekt	Lokale przekazane klientom			
	Liczba	Przychód ze sprzedaży	Koszt sprzedaży*	Marża
Bielany Residence	9	6 586,52	4 734,31	28,12%
Hill Park Apartments	4	4 644,02	5 148,30	-10,86%
Osiedle Zielona Italia	18	7 624,92	5 869,56	23,02%
Apartamenty Mokotów Park	2	1 846,10	1 544,77	16,32%
Art Eco	30	13 359,90	12 604,56	5,65%
Central Park Ursynów	386	131 623,59	101 367,19	22,99%
Razem	449	165 685,06	131 268,69	20,77%

Dane w tys. zł.

*Księgowy koszt wytworzenia m² (grunt + koszty budowy + koszty finansowe)

B. 2015 r

Projekt	Lokale przekazane klientom			
	Liczba	Przychód ze sprzedaży	Koszt sprzedaży*	Marża
Bielany Residence	30	18 515,68	13 326,82	28,02%
Hill Park Apartments	15	18 879,39	18 140,02	3,92%
Osiedle Zielona Italia	58	25 486,34	19 296,25	24,29%
Apartamenty Mokotów Park	32	21 780,05	16 762,75	23,04%
Art Eco	88	44 738,07	39 523,85	11,66%
Central Park Ursynów	386	131 623,59	101 367,19	22,99%
Razem	609	261 023,12	208 416,88	20,15%

Dane w tys. zł.

*Księgowy koszt wytworzenia m² (grunt + koszty budowy + koszty finansowe)

1.4. Wartość umów przedwstępnych i deweloperskich podpisanych do 31 grudnia 2015 r., dla których mieszkania nie zostały jeszcze przekazane klientom

Nazwa projektu	Wartość umów (tys. zł)	Przewidziany termin zakończenia projektu
Apartamenty Mokotów Park	2 181,71	Gotowy
ART ECO	8 630,66	Gotowy
Bielany Residence	670,00	Gotowy
Central Park Ursynów 1A	70 329,13	Gotowy
Central Park Ursynów 1B	107 652,62	06.2016
Central Park Ursynów 2A	18 943,03	06.2017
Osiedle Zielona Italia	6 077,39	Gotowy
Hill Park Apartments	9 041,20	Gotowy
Razem	223 525,72	-

1.5. Opis czynników i zdarzeń mających istotny wpływ na osiągnięte w 2015 r. wyniki segmentu deweloperskiego

Segment deweloperski rozpoznał w 2015 r. 276,92 mln zł skonsolidowanych przychodów, wobec 414,93 mln zł w 2014 r. Niższe przychody segmentu spowodowane są mniejszą liczbą przekazanych nabywcom i rozliczonych w rachunku wyników mieszkań i lokali użytkowych. Przez większość analizowanego okresu Grupa Marvipol przekazywała nabywcom i rozliczała w rachunku wyników mieszkania z inwestycji ukończonych w 2014 r., a przekazania mieszkań z odpowiadającego w 2015 r. za gros sprzedaży projektu Central Park Ursynów rozpoczęły się zgodnie z harmonogramem w październiku 2015 r. (etap CPU1A). W rezultacie w 2015 r. liczba przekazanych i rozliczonych w rachunku wyników lokali wyniosła 609 sztuk wobec 918 rozliczonych w 2014 r. Niższy poziom przekazania, przy konieczności ponoszenia kosztów stałych działalności, jak również prowadzona w celu optymalizacji aktywów i ograniczenia kosztów stałych wyprzedaż zapasów gotowych mieszkań przy akceptacji niższych marż przełożyły się na obniżenie rentowności z działalności deweloperskiej i wypracowanie 12,73 mln zł zysku z działalności segmentu.

W całym roku 2015, w tym również w IV kwartale segment deweloperski Grupy Marvipol koncentrował się na utrzymaniu optymalnego poziomu sprzedaży mieszkań i lokali usługowych budowanych w ramach inwestycji Central Park Ursynów. Równocześnie w drugiej połowie 2015 r. zintensyfikowano działania mające na celu upłynnienie zapasów gotowych mieszkań z ukończonych w 2014 r. projektów. W rezultacie w 2015 r. segment deweloperski zawarł 600 umów sprzedaży lokali mieszkalnych i użytkowych netto (po uwzględnieniu rezygnacji).

Istotny wpływ na wypracowany w 2015 r. zysk z działalności miała realizacja projektów magazynowo-logistycznych przez Industrial Center 37 sp. z o.o., spółkę współkontrolowaną przez Marvipol S.A. Postępy w

realizacji inwestycji są poddawane systematycznemu, okresowemu badaniu rzeczoznawcy, na podstawie którego sporządzana zostanie przez niezależny podmiot wycena, a aktualizacja wartości projektów zostanie odzwierciedlona w skonsolidowanym sprawozdaniu z całkowitych dochodów oraz sprawozdaniu z sytuacji finansowej Spółki. W 2015 r. Marvipol S.A. rozpoznał 4,3 mln zł zysku brutto z rewaluacji wartości inwestycji realizowanych przez Industrial Center 37.

1.6. Czynniki, które będą miały wpływ na wyniki segmentu deweloperskiego w perspektywie najbliższych 12 miesięcy

W ocenie Zarządu Marvipol S.A. utrzymujące się na wysokim poziomie zainteresowanie dotychczasową ofertą mieszkaniową Grupy, skoncentrowaną w ramach flagowego projektu Central Park Ursynów, jak również wprowadzenie do sprzedaży nowych, entuzjastycznie przyjętych przez klientów projektów Riviera Park oraz Bemowo Residence przełożą się na dwucyfrowy wzrost liczby zawieranych umów sprzedaży lokali w 2016 r. W ocenie Zarządu segment deweloperski Grupy Marvipol ma potencjał, by w 2016 r. zwiększyć sprzedaż o co najmniej 20% w stosunku do roku 2015.

Kluczowy wpływ na wyniki finansowe, jakie w perspektywie najbliższych 12 miesięcy będą rozpoznawane przez segment deweloperski Grupy, mieć będzie rozliczanie sprzedaży mieszkań z pierwszych etapów inwestycji Central Park Ursynów. Na koniec 2015 r. wartość zawartych do tej pory, a nie rozliczonych w rachunku wyników 389 umów sprzedaży lokali mieszkalnych i użytkowych w etapach CPU1A (ukończony) i CPU1B (zaplanowany do finalizacji w czerwcu 2016 r.) wyniosła 178 mln zł.

W 2016 r. Grupa Marvipol będzie dalej aktualizować wartość przewidzianych do finalizacji bieżącym roku projektów realizowanych przez Industrial Center 37 sp. z o.o. W ocenie Zarządu Spółki rozpoznany w latach 2015 i 2016 r. zysk z aktualizacji wartości projektów może wynieść równowartość co najmniej 50% zaangażowanych w projekt przez Grupę Marvipol środków własnych.

2. SEGMENT MOTORYZACYJNY

2.1. Wyniki sprzedaży samochodów Jaguar Land Rover

A. Wyniki sprzedaży British Automotive Polska sp. z o.o. do dilerów (wholesale) w IV kwartale 2015 r.

Wolumen sprzedaży (w sztukach)	IV kw. 2014 r.	IV kw. 2015 r.	Zmiana
Jaguar razem, w tym:	45	91	102%
Dilerzy niepowiązani kapitałowo	16	53	231%
Land Rover razem:	213	244	15%
Dilerzy niepowiązani kapitałowo	117	155	32%
Sprzedaż razem, w tym:	258	335	30%
Dilerzy niepowiązani kapitałowo	133	208	56%

B. Wyniki sprzedaży British Automotive Polska sp. z o.o. do dilerów (wholesale) w 2015 r.

Wolumen sprzedaży (w sztukach)	2014 r.	2015 r.	Zmiana
Jaguar razem, w tym:	189	291	54%
Dilerzy niepowiązani kapitałowo	78	175	124%
Land Rover razem:	929	977	5%
Dilerzy niepowiązani kapitałowo	563	617	10%
Sprzedaż razem, w tym:	1118	1268	13%
Dilerzy niepowiązani kapitałowo	641	792	24%

C. Wyniki sprzedaży dilerów wchodzących w skład Grupy Marvipol do użytkowników końcowych w IV kwartale 2015 r.

Wolumen sprzedaży (w sztukach)	IV kw. 2014 r.	IV kw. 2015 r.	Zmiana
Jaguar	25	32	28%
Land Rover	95	113	19%
Sprzedaż razem	120	145	21%

D. Wyniki sprzedaży dilerów wchodzących w skład Grupy Marvipol do użytkowników końcowych w IV kwartale 2015 r.

Wolumen sprzedaży (w sztukach)	2014 r.	2015 r.	Zmiana
Jaguar	114	112	-2%
Land Rover	377	401	6%
Sprzedaż razem	491	513	4%

2.2. Opis czynników i zdarzeń mających istotny wpływ na osiągnięte w III kwartale 2015 r. wyniki segmentu motoryzacyjnego

Segment motoryzacyjny Grupy Marvipol w 2015 r. wypracował 414,0 mln zł skonsolidowanych przychodów, o 23% więcej niż w analogicznym okresie 2014 r.

W 2015 r. Grupa zanotowała 13% wzrost wolumenu sprzedaży samochodów Jaguar Land Rover (sprzedaż British Automotive Polska sp. z o.o., generalnego importera) do własnej i zewnętrznej sieci dilerskiej, przy 24% wzroście sprzedaży do dilerów niepowiązanych kapitałowo. Wolumen sprzedaży samochodów do użytkowników końcowych przez dilerów wchodzących w skład Grupy Marvipol wzrósł w 2015 r. o 4%.

Istotny wpływ na osiągnięty w analizowanym okresie 2015 r. wynik finansowy segmentu motoryzacyjnego, obok wzrostu wolumenu sprzedaży, miała zmiana miksu sprzedawanych samochodów i rosnący w nim udział samochodów o niższej cenie jednostkowej (Discovery Sport, Jaguar XE), jak również osłabienie kursu złotego do euro i funta brytyjskiego, wymuszające wzrost cen katalogowych samochodów i w konsekwencji – negatywnie wpływające na rentowność sprzedaży. Utrzymanie dotychczasowych poziomów sprzedaży z obecnej oferty oraz wzmocnienie sprzedaży samochodów z nowej oferty powinno niwelować spadające

rentowności, dając możliwości realizacji ambitnego celu segmentu motoryzacyjnego, jakim jest zwiększanie zysku netto.

2.3. Czynniki, które będą miały wpływ na wyniki segmentu motoryzacyjnego w perspektywie najbliższych 12 miesięcy

W ocenie Zarządu Marvipol S.A. największy wpływ na wyniki segmentu motoryzacyjnego Grupy w perspektywie najbliższych 12 miesięcy mieć będą:

- ✓ stabilna sprzedaż samochodów z dotychczasowej oferty,
- ✓ dynamiczny wzrost sprzedaży modeli wprowadzonych do sprzedaży w 2015 r.: Discovery Sport i Jaguar XE, adresowanych do nowych grup klientów,
- ✓ planowana na II kw. 2016 r. polska premiera pierwszego w historii marki Jaguar samochodu klasy SUV – Jaguar F-Pace,
- ✓ rozwój segmentu usług serwisowych i sprzedaży części zamiennych.

W ocenie Zarządu Marvipol S.A. segment motoryzacyjny ma potencjał, by w 2015 r. osiągnąć wzrost wolumenowej sprzedaży o co najmniej 20% (sprzedaż British Automotive Polska sp. z o.o. do własnej i zewnętrznej sieci dilerów) w stosunku do roku 2015.

3. SEGMENT NAJMU

3.1. Opis czynników i zdarzeń mających istotny wpływ na osiągnięte w 2015 r. wyniki segmentu najmu.

Segment najmu rozpoznał w 2015 r. 7,49 mln zł przychodów od odbiorców zewnętrznych, wobec 7,45 mln zł w 2014 r. W analizowanym okresie segment odnotował 4,00 mln zł wyniku z działalności operacyjnej bez zysków z inwestycji wobec 4,29 mln zł zysku wypracowanego w 2014 r.

Głównym źródłem przychodów segmentu jest wynajem powierzchni w budynku biurowym Prosta Tower. Na dzień 31.12.2015 poziom wynajmu powierzchni w budynku wynosi 100%.

Na niższy wynik segmentu kluczowy wpływ miała rotacja najemców, skutkująca okresowo niższym poziomem wynajmu powierzchni w Prosta Tower, jak również okresowym spadkiem przychodów związanych z zachętami dla nowych najemców (wakacje czynszowe).

3.2. Czynniki, które będą miały wpływ na wyniki segmentu najmu w perspektywie najbliższych 12 miesięcy

W ocenie Zarządu Marvipol S.A. zainteresowanie klientów wynajmem powierzchni w Prosta Tower będzie rosnąć, na co wpływ, poza atrakcyjnością samego budynku, mieć będą ogólna sytuacja gospodarcza jak również rosnąca atrakcyjność rejonu Ronda Daszyńskiego jako nowego centrum biznesowego Warszawy. W ocenie Zarządu rozwój rynku biurowego w tej części Warszawy wpłynie na wzrost już obecnie znaczącego zainteresowania inwestorów nieruchomościami komercyjnymi w rejonie Ronda Daszyńskiego, znajdując pozytywne odzwierciedlenie w rynkowej wycenie Prosta Tower. Zamiarem Grupy Marvipol jest sprzedaż nieruchomości w perspektywie 1-2 lat, przy założeniu osiągnięcia satysfakcjonujących warunków finansowych, uwzględniających potencjał tej nieruchomości.