

# Analiza Finansowa Zarządu

**Empik Media & Fashion S.A.**  
**za pierwszy kwartał zakończony 31 marca 2016 roku**

1. STRUKTURA ORGANIZACYJNA GRUPY EM&F .....	2
2. PODSTAWOWE WYNIKI FINANSOWE .....	3
3. SIEĆ SPRZEDAŻY DETALICZNEJ GRUPY EM&F .....	6
4. WYNIKI SPRZEDAŻY W ISTNIEJĄCYCH SKLEPACH – TZW. LFL.....	6
5. PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ .....	7
6. MARŻA BRUTTO ZE SPRZEDAŻY Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ.....	8
7. EBITDA Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ ORAZ SKORYGOWANA EBITDA Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ.....	9
8. ZADŁUŻENIE NETTO .....	10
9. DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA GRUPY EM&F .....	11
9.1. Grupa Empik .....	11
9.2. E-commerce .....	13
10. DZIAŁALNOŚĆ ZANIECHANA GRUPY EM&F .....	15
10.1. Grupa Smyk.....	15
10.2. Grupa Optimum.....	17
10.3. Szkoły Językowe.....	18

# 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. Ponadto Zarząd Grupy EM&F negocjuje wstępną umowę 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 I kwartału 2016 r. w ramach działalności kontynuowanej Grupy EM&F zaprezentowano:**

- **Grupę 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 oraz spółki segmentu Digital, zajmujące się agregacją i dystrybucją treści w formie cyfrowej w kategoriach „muzyka” (e-Muzyka), „książka” (Virtualo), „gry” (Gry-OnLine).

Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 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 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

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

## **Z kolei w działalności zaniechanej na koniec I kwartału 2016 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 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r.,
  - działalność sieci Smyk w Czechach (1 sklep), zakończonej w II kwartale 2015 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, co nastąpiło 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	I kw. 2016	I kw. 2015	zmiana	w proc.
<b><u>Działalność kontynuowana</u></b>				
Przychody ze sprzedaży	291	276	14	5%
Marża brutto	106	108	-1	-1%
- Grupa Empik	91	91	0	1%
- Sklepy Empik	90	85	5	6%
- Publishing	1	6	-5	-84%
- E-commerce ****	15	17	-2	-10%
- Empik.com	12	10	2	24%
- Smyk.com	0	4	-4	-100%
- Digital	3	2	0	14%
- Pozostałe segmenty	0	0	0	-100%
EBITDA	-2	5	-7	-139%
- Grupa Empik	-4	0	-4	-4137%
- Sklepy Empik	1	1	0	-18%
- Publishing	-5	-1	-4	280%
- E-commerce ****	4	5	-1	-16%
- Empik.com	3	3	0	-6%
- Smyk.com	-	1	-1	-100%
- Digital	1	1	0	19%
- Pozostałe segmenty	-2	0	-2	-1303%
<b>Skorygowana EBITDA **</b>	<b>-2</b>	<b>5</b>	<b>-7</b>	<b>-141%</b>
- Grupa Empik	-4	0	-4	-4137%
- Sklepy Empik	1	1	0	-18%
- Publishing	-5	-1	-4	280%
- E-commerce	4	5	-1	-16%
- Empik.com	3	3	0	-6%
- Smyk.com	-	1	-1	-100%
- Digital	1	1	0	19%
- Pozostałe segmenty	-2	0	-2	6124%
EBIT	-12	-14	2	-12%
<b>Zysk / (strata) netto</b>	<b>-32</b>	<b>-26</b>	<b>-6</b>	<b>23%</b>
<b><u>Działalność zaniechana ***</u></b>				
Przychody ze sprzedaży	392	390	2	1%
Marża brutto	156	175	-20	-11%
EBITDA	-13	0	-14	-3560%
- Grupa Smyk ****	-18	-4	-14	333%
- Szkoły Językowe	0	0	0	-100%
- Grupa Optimum	4	4	0	2%
- Gandalf	0	0	0	-7%
- Segment Moda	0	0	0	-95%
<b>Skorygowana EBITDA **</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-13%</b>
- Grupa Smyk	-4	-4	0	-3%
- Szkoły Językowe	0	0	0	-100%
- Grupa Optimum	4	4	0	2%
- Gandalf	0	0	0	-7%
- Segment Moda	0	0	0	-95%
EBIT	-25	-17	-8	46%
<b>Zysk / (strata) netto</b>	<b>-21</b>	<b>-21</b>	<b>1</b>	<b>-4%</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 pracowniczych, 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 Czechy), Grupa Optimum, Gandalf Sp. z o.o., Szkoły Językowe oraz segment Moda.

\*\*\*\* Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 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 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 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 I kwartale 2016 r. wyniosły 291 mln PLN i były wyższe o 5% w porównaniu do analogicznego okresu roku 2015. Główne zmiany w wysokości przychodów ze sprzedaży dotyczyły:
  - Grupa Empik: wzrost przychodów ze sprzedaży w I kwartale 2016 r. o 17 mln PLN (+8% r/r), do czego przyczynił się rozwój sieci sprzedaży sklepów Empik oraz wzrost sprzedaży w istniejących sklepach Empik – tzw. LFL (+5,7% r/r w I kwartale 2016 r.).
  - Segment E-commerce: wzrost przychodów ze sprzedaży sklepów empik.com, empikfoto.pl oraz segmentu Digital w I kwartale 2016 r. o 14 mln PLN (+29% r/r), co jest związane z dynamicznym rozwojem całego segmentu.
    - Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. W I kwartale 2016 r. przychody ze sprzedaży sklepu smyk.com wyniosły 18 mln PLN.
- **Marża brutto z działalności kontynuowanej Grupy EM&F** w ujęciu nominalnym w I kwartale 2016 r. wyniosła 106 mln PLN, co stanowi spadek o 1% w porównaniu do analogicznego okresu roku 2015. W I kwartale 2016 r. marża brutto z działalności kontynuowanej w ujęciu procentowym wyniosła 37%.

Na zmianę poziomu marży brutto miały wpływ:

- Grupa Empik: W I kwartale 2016 r. marża brutto w sklepach Empik wzrosła o 6% wraz ze wzrostem przychodów ze sprzedaży. Jednocześnie odnotowano spadek marży brutto w segmencie Publishing, na skutek czego marża brutto Grupy Empik pozostała na poziomie zbliżonym do roku poprzedniego. W ujęciu procentowym Grupa Empik zrealizowała w I kwartale 2016 r. marżę brutto na poziomie 40%.
- Segment E-commerce: marża brutto w ujęciu nominalnym sklepów empik.com, empikfoto.pl oraz segmentu Digital w I kwartale 2016 r. wyniosła 15 mln PLN, co oznacza wzrost o 3 mln PLN (+22% r/r) w porównaniu do analogicznego okresu roku 2015.
  - W ujęciu procentowym segment E-commerce (sklepy empik.com, empikfoto.pl oraz segment Digital) zrealizował w I kwartale 2016 r. marżę brutto na poziomie 24%.
  - Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. W I kwartale 2016 r. marża brutto sklepu smyk.com wyniosła 3 mln PLN.
- **Skorygowana EBITDA z działalności kontynuowanej** w I kwartale 2016 r. była ujemna, wyniosła (2) mln PLN i była niższa o 7 mln PLN w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Grupa Empik (w skład której wchodzi sklepy Empik i segment Publishing) odnotowała spadek Skorygowanej EBITDA o 4 mln PLN w I kwartale 2016 r. **Za spadek Skorygowanej EBITDA w Grupie Empik odpowiada segment Publishing.**

- W I kwartale 2016 r. sklepy Empik osiągnęły wynik na poziomie Skorygowanej EBITDA w kwocie 1 mln PLN, tj. na poziomie porównywalnym do analogicznego okresu roku poprzedniego.

W I kwartale 2016 r. segment Publishing zanotował spadek przychodów ze sprzedaży, spowodowany m.in. intensyfikacją przecen tytułów wydawanych w latach poprzednich, co miało negatywny wpływ na marżę brutto oraz Skorygowaną EBITDA. Pomimo sukcesów w kontroli kosztów, w I kwartale 2016 r. segment Publishing poniósł stratę na poziomie Skorygowanej EBITDA w kwocie 5 mln PLN, wobec straty w analogicznym okresie roku ubiegłego w kwocie 1 mln PLN.
- Strata ta ma charakter przejściowy, co szerzej skomentowane jest w dalszej części dokumentu. W segmencie Publishing wdrażanych jest szereg działań skoncentrowanych przede wszystkim na obszarze zarządzania planem wydawniczym (przy zwiększeniu udziału literatury i literatury dziecięcej), które mają na celu osiągnięcie stabilnego poziomu rentownych przychodów i ograniczenie poziomu zwrotów. Dzięki temu segment ten osiągnie w przyszłości rentowność na poziomie EBITDA.



Skorygowana EBITDA w segmencie E-commerce dla sklepów empik.com, empikfoto.pl oraz segmentu Digital w I kwartale 2016 r. wyniosła 4 mln PLN w porównaniu do 5 mln w analogicznym okresie 2015 r.

- Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. W I kwartale 2016 r. Skorygowana EBITDA sklepu smyk.com wyniosła 0 mln PLN.

W I kwartale 2016 r. pozostałe segmenty poniosły stratę na poziomie Skorygowanej EBITDA w kwocie 2 mln PLN, co oznacza spadek o 2 mln PLN w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

- Niższa Skorygowana EBITDA za I kwartał 2016 r. wynika przede wszystkim z niższych przychodów związanych z wykonywaniem przez spółki holdingowe usług na rzecz pozostałych segmentów.

- **EBIT z działalności kontynuowanej:** Grupa EM&F odnotowała w I kwartale 2016 r. stratę na poziomie EBIT z działalności kontynuowanej w wysokości 12 mln PLN (spadek o 12% r/r), w porównaniu ze stratą w kwocie 14 mln PLN poniesioną w roku ubiegłym. Zmniejszenie EBIT z działalności kontynuowanej w I kwartale 2016 r., poza czynnikami opisanymi powyżej, wynika z niższych kosztów amortyzacji oraz odpisów aktualizujących aktywa trwałe.

- **Strata netto z działalności kontynuowanej:** Grupa EM&F odnotowała w I kwartale 2016 r. stratę netto w wysokości 32 mln PLN w porównaniu do straty netto za okres porównywalny w kwocie 26 mln PLN.

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 poszczególnych 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 I kwartale 2016 r. w porównaniu do I kwartału 2015 r. wynika przede wszystkim z wyższych kosztów finansowych netto spowodowanych wahaniami kursów walut:

- w I kwartale 2016 r. Grupa EM&F osiągnęła zysk z tytułu różnic kursowych w kwocie 1,6 mln PLN, który był niższy od zysku z tytułu różnic kursowych osiągniętego w analogicznym okresie roku poprzedniego o 6,9 mln PLN.

- **Działalność zaniechana:** na koniec I kwartału 2016 r. Grupa EM&F prezentowała w działalności zaniechanej wyniki Grupy Smyk, Grupy Optimum 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.
- 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.
- W dniu 31 grudnia 2015 r. spółki z segmentu Szkoły Językowe został 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.

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

Ilość punktów sprzedaży oraz ich powierzchnia	Stan na 31.12.2015		Zmiany w I kw.		Stan na 31.03.2016	
	ilość	m.kw.	otwarcia	zamknięcia	ilość	m.kw.
Grupa Empik	228	94 245	1	(1)	228	94 360
<b>Razem działalność kontynuowana</b>	<b>228</b>	<b>94 245</b>	<b>1</b>	<b>(1)</b>	<b>228</b>	<b>94 360</b>
Grupa Smyk	216	195 216	-	-	216	195 216
Grupa Optimum	22	1 983	1	(1)	22	2 002
<b>Razem działalność zaniechana</b>	<b>238</b>	<b>197 199</b>	<b>1</b>	<b>(1)</b>	<b>238</b>	<b>197 218</b>
<b>Razem Grupa EM&amp;F</b>	<b>466</b>	<b>291 444</b>	<b>2</b>	<b>(2)</b>	<b>466</b>	<b>291 578</b>

Na koniec I kwartału 2016 r. łączna powierzchnia handlowo-usługowa Grupy EM&F wynosiła 291 578 m<sup>2</sup> i liczyła 466 placówek, z czego 238 placówek (o łącznej powierzchni 197 218 m<sup>2</sup>) dotyczy działalności zaniechanej w Grupie Smyk oraz Grupie Optimum.

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

Zmiana % r/r (wg stałego kursu)	I kw. 2016
<b><u>Działalność kontynuowana</u></b>	
<b>Grupa Empik</b>	<b>9,3%</b>
Sklepy Empik	5,7%
Empik.com	28,0%
<b><u>Działalność zaniechana</u></b>	
<b>Grupa Smyk</b>	<b>8,0%</b>
Sklepy Smyk	8,3%
Smyk.com	3,7%
<b>Grupa EMF*</b>	<b>8,9%</b>

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

W I kwartale 2016 r. przychody ze sprzedaży LFL Grupy EM&F (na porównywalnej grupie punktów handlowo-usługowych, liczone po kursie stałym) wzrosły o 8,9% w porównaniu do analogicznego okresu roku 2015. Wysokie dynamiki sprzedaży LFL notowano we wszystkich liniach biznesowych.

#### Działalność kontynuowana

- W sklepach Empik sprzedaż LFL za I kwartał 2016 r. wzrosła o 5,7% r/r., co oznacza że sklepy Empik odnotowały wzrost sprzedaży LFL piąty kwartał z rzędu. Spośród kategorii wydawniczych odnotowano znaczący wzrost sprzedaży w kategoriach „multimedia” (gry komputerowe), „muzyka” oraz „prasa”. W I kwartale 2016 r. wzrosła także sprzedaż LFL w kategorii „książka”. Ponadto Empik odnotował wysoką, dwucyfrową dynamikę sprzedaży LFL kluczowych kategorii niewydawniczych, tj. „artykułów szkolno-biurowych i artystycznych” oraz „rozrywka rodzinna” (głównie gry planszowe, puzzle, zabawki edukacyjne). Sprzedaż kanału online, którego wyniki są prezentowane w segmencie E-commerce wzrosła w okresie 3 miesięcy 2016 r. o 28,0% r/r.

#### Działalność zaniechana

- W I kwartale 2016 r. sprzedaż LFL w Grupie Smyk (uwzględniając smyk.com) wzrosła o 8% r/r. Na rynku polskim zanotowano wzrost sprzedaży LFL o 13,3% r/r., ponadto na rynkach ukraińskim i rumuńskim odnotowano dwucyfrowe dynamiki sprzedaży LFL.

## 5. Przychody ze sprzedaży z działalności kontynuowanej

### Przychody ze sprzedaży z działalności kontynuowanej

mln PLN	I kw. 2016	I kw. 2015	zmiana	w proc.
Grupa Empik	228	210	17	8%
- Sklepy Empik	221	202	20	10%
- Publishing	6	9	-2	-29%
E-commerce *	63	66	-3	-4%
- Empik.com	55	43	13	30%
- Smyk.com	-	17	-17	-100%
- Digital	8	6	1	23%
Pozostałe	0	0	0	-
<b>Grupa EMF</b>	<b>291</b>	<b>276</b>	<b>14</b>	<b>5%</b>

\* Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 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 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

### Przychody ze sprzedaży z działalności kontynuowanej Grupy EM&F w I kwartale 2016 r. wzrosły o 14 mln PLN (+5%) w porównaniu do analogicznego okresu roku 2015:

- Grupa Empik: przychody ze sprzedaży w I kwartale 2016 r. wzrosły o 10% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego, do czego przyczyniły się sklepy Empik. W ujęciu procentowym oraz w wartościach bezwzględnych największe wzrosty przychodów ze sprzedaży zostały odnotowane w kategoriach „multimedia”, „muzyka”, „książka”, „artykuły szkolno-biurowe i artystyczne”, „rozrywka rodzinna”, co było wynikiem zarówno 5,7% wzrostu sprzedaży LFL w sklepach Empik, jak i rozwoju sieci sprzedaży. Na koniec I kwartału 2016 r. sieć Empik liczyła 228 sklepów w porównaniu z 220 sklepami na koniec I kwartału 2015 r.

W I kwartale 2016 r. segment Publishing zanotował spadek przychodów ze sprzedaży, co było głównie związane z większym poziomem zwrotów, zintensyfikowaniem przecen tytułów wydawanych w latach poprzednich oraz niższą sprzedażą wiodących tytułów w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. Jak zaznaczono powyżej spadek przychodów w tak dużej skali miał charakter przejściowy i związany był z częściowym rozliczeniem niesprzedanych do odbiorców końcowych tytułów wydanych w latach 2014 - 2015.

- Segment E-commerce: w I kwartale 2016 r. przychody ze sprzedaży sklepu empik.com oraz segmentu Digital wzrosły o 14 mln PLN (+29% r/r).

Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. W I kwartale 2016 r. przychody sklepu smyk.com wyniosły 18 mln PLN.

Gdyby przychody smyk.com zostały w pełni zaprezentowane w ramach segmentu E-commerce, to wówczas przychody tego segmentu w I kwartale 2016 r. wyniosłyby 81 mln PLN i byłyby wyższe o 15 mln PLN (+22%) w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

W okresie 3 miesięcy zakończonych 31 marca 2016 r. przychody ze sprzedaży Grupy Empik oraz segmentu E-commerce stanowiły odpowiednio 78% oraz 22% łącznych przychodów ze sprzedaży z działalności kontynuowanej Grupy EM&F. W I kwartale 2016 r. cała sprzedaż Grupy EM&F z działalności kontynuowanej została zrealizowana w Polsce.

## 6. Marża brutto ze sprzedaży z działalności kontynuowanej

mln PLN	I kw. 2016	I kw. 2015	zmiana	w proc.
Grupa Empik	91	91	0	1%
- Sklepy Empik	90	85	5	6%
- Publishing	1	6	-5	-84%
E-commerce *	15	17	-2	-10%
- Empik.com	12	10	2	24%
- Smyk.com	-	4	-4	-100%
- Digital	3	2	0	14%
Pozostałe	0	0	0	-
<b>Grupa EMF</b>	<b>106</b>	<b>108</b>	<b>-1</b>	<b>-1%</b>

\* Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 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 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

Marża brutto z działalności kontynuowanej w ujęciu nominalnym wypracowana w I kwartale 2016 r. była nieznacznie niższa w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego, **przy czym na spadek marży wpływ miały dwa czynniki:**

- niższa marża segmentu Publishing,
- prezentacja wyników sklepu internetowego smyk.com za I kwartał 2016 r. w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

W I kwartale 2016 r. marża brutto z działalności kontynuowanej spadła o 1 mln PLN (-1% r/r) i wyniosła w ujęciu procentowym 37%. Główne zmiany w wysokości marży brutto z działalności kontynuowanej dotyczyły:

- Grupa Empik: W I kwartale 2016 r. marża brutto w sklepach Empik wzrosła o 6% wraz ze wzrostem przychodów ze sprzedaży. Jednocześnie odnotowano spadek marży brutto w segmencie Publishing, na skutek czego marża brutto Grupy Empik pozostała na poziomie zbliżonym do roku poprzedniego.

W ujęciu procentowym Grupa Empik zrealizowała w I kwartale 2016 r. marżę brutto na poziomie 40%, co oznacza spadek o 3 p.p. w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego i było związane z gorszymi wynikami segmentu Publishing.

W I kwartale 2016 r. sklepy Empik odnotowały wzrost marży w ujęciu nominalnym na głównych kategoriach wydawniczych (tj. „książka”, „muzyka”), a także na rozwijanych kategoriach niewydawniczych (tj. „artykuły szkolno-biurowe i artystyczne”, „rozrywka rodzinna”).

W segmencie Publishing niższe łączne przychody ze sprzedaży, w tym zintensyfikowanie przecen tytułów wydawanych w latach poprzednich, wpłynęły negatywnie na marżę brutto w ujęciu nominalnym, która w I kwartale 2016 r. spadła o 5 mln PLN (-84% r/r) i wyniosła 1 mln PLN.

- Segment E-commerce: w ujęciu nominalnym, marża brutto empik.com wzrosła w I kwartale 2016 r. o 2 mln PLN (+24% r/r), co było związane przede wszystkim ze wzrostem skali działalności. W I kwartale 2016 r. sklep empik.com wypracował marżę brutto w ujęciu procentowym na poziomie 22% i była ona nieznacznie niższa (1 p.p.) w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego.

Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. W I kwartale 2016 r. marża brutto sklepu smyk.com wyniosła 3 mln PLN.

Gdyby marża brutto smyk.com została w pełni zaprezentowana w ramach segmentu E-commerce, to wówczas marża brutto tego segmentu w I kwartale 2016 r. wyniosłaby 18 mln PLN i byłaby wyższa o 1 mln PLN (+9%) w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.



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

mln PLN	I kw. 2016	I kw. 2015	zmiana	w proc.
Grupa Empik	-4	0	-4	-4137%
- Sklepy Empik	1	1	0	-18%
- Publishing	-5	-1	-4	280%
E-commerce *	4	5	-1	-16%
- Empik.com	3	3	0	-6%
- Smyk.com	-	1	-1	-100%
- Digital	1	1	0	19%
Pozostałe	-2	0	-2	-1303%
<b>Grupa EMF</b>	<b>-2</b>	<b>5</b>	<b>-7</b>	<b>-139%</b>

\* Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 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 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

W I kwartale 2016 r. Grupa EM&F poniosła stratę na poziomie EBITDA z działalności kontynuowanej, która wyniosła 2 mln PLN wobec zysku EBITDA w wysokości 5 mln PLN w analogicznym okresie 2015 r.

Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. W I kwartale 2016 r. EBITDA (oraz Skorygowana EBITDA) sklepu smyk.com wyniosła 0 mln PLN.

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	I kw. 2016	I kw. 2015	zmiana	w proc.
Grupa Empik	-4	0	-4	-4137%
- Sklepy Empik	1	1	0	-18%
- Publishing	-5	-1	-4	280%
E-commerce **	4	5	-1	-16%
- Empik.com	3	3	0	-6%
- Smyk.com	-	1	-1	-100%
- Digital	1	1	0	19%
Pozostałe	-2	0	-2	6124%
<b>Grupa EMF</b>	<b>-2</b>	<b>5</b>	<b>-7</b>	<b>-141%</b>

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

\*\* Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 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 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk.

W I kwartale 2016 r. Grupa EM&F poniosła stratę na poziomie Skorygowana EBITDA z działalności kontynuowanej, która wyniosła 2 mln PLN wobec zysku Skorygowana EBITDA w wysokości 5 mln PLN w analogicznym okresie 2015 r.

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

- W Grupie Empik za spadek Skorygowanej EBITDA w I kwartale 2016 r. odpowiada segment Publishing, który zanotował niższe przychody ze sprzedaży (w tym odnotował zwroty i zintensyfikował przeceny tytułów

wydawanych w latach poprzednich), co miało negatywny wpływ na marżę brutto. Jednocześnie konsekwentnie kontrolowane są koszty operacyjne, które w I kwartale 2016 r. spadły o 13% r/r, jednak mimo tego, w I kwartale 2016 r. segment Publishing poniósł stratę na poziomie Skorygowanej EBITDA w kwocie 5 mln PLN, wobec straty w analogicznym okresie roku ubiegłego w kwocie 1 mln PLN.

- W Pozostałych segmentach niższa Skorygowana EBITDA za I kwartał 2016 r. wynika przede wszystkim z niższych przychodów związanych z wykonywaniem przez spółki holdingowe usług na rzecz pozostałych segmentów.

## 8. Zadłużenie netto

mln PLN	31.03.2016	31.12.2015	zmiana	31.03.2016	31.03.2015	zmiana
Środki pieniężne	95	176	-81	95	88	7
Zadłużenie długoterminowe	6	6	0	6	1 032	-1 026
<i>Rozliczane w czasie koszty pozyskania finansowania - część długoterminowa</i>	0	0	0	0	-24	24
Zadłużenie krótkoterminowe	911	788	123	911	24	888
<i>Rozliczane w czasie koszty pozyskania finansowania - część krótkoterminowa</i>	-9	-11	3	-9	0	-9
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>-814</b>	<b>-607</b>	<b>-207</b>	<b>-814</b>	<b>-945</b>	<b>131</b>

Dług netto Grupy EM&F na koniec I kwartału 2016 r. wyniósł 814 mln PLN, co oznacza wzrost w stosunku do 31 grudnia 2015 r. o 207 mln PLN. Wzrost zadłużenia w porównaniu do 31 grudnia 2015 r. wynika głównie z 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 I kwartale Grupa EM&F reguluje zobowiązania wobec swoich kontrahentów, co pod koniec I kwartału każdego roku obrotowego istotnie zmniejsza poziom środków pieniężnych i/lub zwiększa poziom zaciągniętego kredytu w rachunku bieżącym.

Spadek zadłużenia w porównaniu do 31 marca 2015 r. wynika przede wszystkim z 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 I kwartału 2016 r. nie przekroczył limitów określonych w umowach z instytucjami finansowymi.

Zarząd Grupy EM&F uważa, że w związku ze sprzedażą Grupy Smyk, spłata obecnego zadłużenia Grupy EM&F z tytułu kredytów bankowych oraz papierów dłużnych nastąpi w maju 2016 r.

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	I kw. 2016	I kw. 2015	zmiana	w proc.
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>228</b>	<b>210</b>	<b>17</b>	<b>8%</b>
Sklepy Empik	221	202	20	10%
Publishing	6	9	-2	-29%
<b>Marża brutto</b>	<b>91</b>	<b>91</b>	<b>0</b>	<b>1%</b>
Sklepy Empik	90	85	5	6%
Publishing	1	6	-5	-84%
<b>EBITDA</b>	<b>-4</b>	<b>0</b>	<b>-4</b>	<b>-4137%</b>
Sklepy Empik	1	1	0	-18%
Publishing	-5	-1	-4	280%
<b>Skorygowana EBITDA *</b>	<b>-4</b>	<b>0</b>	<b>-4</b>	<b>-4137%</b>
Sklepy Empik	1	1	0	-18%
Publishing	-5	-1	-4	280%

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

Od marca 2015 spółka Empik konsekwentnie realizuje strategię na lata 2015-2019. Jednym z jej głównych założeń jest zmiana struktury asortymentowej poprzez: utrzymanie najszerszej na rynku oferty książek oraz jednej z najszerszych ofert pozostałych kategorii wydawniczych (muzyka, film, multimedia), rozwój kategorii tzw. rozrywki rodzinnej (zabawki edukacyjne, gry planszowe) oraz artykułów artystyczno-kreatywnych. Strategiczną kategorią pozostaje książka. Oprócz wzbogacania oferty i lepszej ekspozycji książek, Empik angażuje się również w szereg działań proczytelniczych. W tym roku, obok tradycyjnych spotkań autorskich, realizowanego od ośmiu lat programu edukacyjnego dla dzieci „Przecinek i kropka”, Empik po raz pierwszy organizuje Międzynarodowy Festiwal Literacki Apostrof, w ramach którego odbędzie się ponad 70 spotkań literackich w ośmiu miastach Polski. Kolejnym filarem nowej strategii są rozwiązania mające na celu poprawę jakości obsługi klientów, zarówno w kanale offline, jak i online oraz docelowo integrację tych kanałów. Trwają także zaawansowane prace nad wprowadzeniem nowego konceptu salonu - będzie to nowy format nie tylko w warstwie designu, ale również zupełnie nowe tzw. „doświadczenie zakupowe” dla klientów, zachowujący historyczne DNA Empiku, jednak istotnie wzbogacony o nowoczesne technologie. O pierwszych pozytywnych efektach tych zmian świadczą wyniki finansowe, to już piąty kwartał, w którym Empik odnotowuje wzrosty sprzedaży.

#### Następujące czynniki miały znaczący wpływ na wyniki operacyjne sklepów Empik w I kwartale 2016 r.:

- W I kwartale 2016 r. sklepy Empik odnotowały wzrost sprzedaży LFL o 5,7% r/r, co w połączeniu z rozwojem sieci sprzedaży spowodowało wzrost przychodów ze sprzedaży w I kwartale 2016 r. do poziomu 221 mln PLN (+20 mln PLN lub +10% r/r). Wzrost przychodów ze sprzedaży przełożył się na wzrost marży na sprzedaży produktów w ujęciu nominalnym o 6% r/r w I kwartale 2016 r.

W okresie 3 miesięcy zakończonych 31 marca 2016 r. przychody z kategorii wydawniczych wzrosły o 7% r/r.

W I kwartale 2016 r. udział najważniejszej kategorii „książka” w łącznych przychodach ze sprzedaży wyniósł 41%. W tej kategorii w I kwartale 2016 r. osiągnięto wzrost sprzedaży LFL oraz wzrost marży brutto LFL, co było przede wszystkim skutkiem lepszego niż w roku poprzednim zarządzania ofertą handlową. W kategorii „multimedia” (gry komputerowe) osiągnięto kilkudziesięcioprocentowy wzrost sprzedaży LFL, jak i marży brutto LFL w ujęciu nominalnym, co było efektem rozszerzenia oferty w tej kategorii w znacznej części sklepów Empik, poprawy w zakresie zarządzania zapasem i dostawami oraz bardziej atrakcyjnej niż w roku poprzednim oferty wydawców gier w zakresie nowych tytułów. Ponadto w I kwartale 2016 r. sklepy Empik osiągnęły wysoki, jednocyfrowy wzrost sprzedaży LFL oraz jednoczesny wzrost marży brutto LFL w ujęciu nominalnym w kategorii „muzyka”, głównie dzięki lepszemu niż w roku poprzednim zarządzaniu ofertą handlową, a także bardziej atrakcyjnej niż w roku poprzednim oferty wydawców muzycznych w zakresie nowych tytułów.

W ujęciu nominalnym, w I kwartale 2016 r. marża produktowa na kategoriach wydawniczych wzrosła w sklepach Empik o 6% r/r.

Na kategoriach wydawniczych sklepy Empik osiągnęły w I kwartale 2016 r. marżę brutto w ujęciu procentowym na poziomie porównywalnym do analogicznego okresu roku ubiegłego.

W I kwartale 2016 r. przychody ze sprzedaży kategorii niewydawniczych wzrosły o 14% r/r.

Konsekwentne, znaczące wzrosty sprzedaży LFL w I kwartale 2016 r. dotyczyły kategorii „artykułów szkolno-biurowych i artystycznych” oraz „rozrywki rodzinnej” (głównie gry planszowe, puzzle i zabawki edukacyjne), w związku z systematycznym 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.

Wraz ze wzrostem sprzedaży w I kwartale 2016 r. sklepy Empik osiągnęły kilkunastoprocentowy wzrost marży brutto LFL w ujęciu nominalny w kategorii „artykułów szkolno-biurowych i artystycznych”, a także kilkunastoprocentowy wzrost marży brutto LFL w ujęciu nominalnym w kategorii „rozrywka rodzinna”.

W ujęciu nominalnym, w I kwartale 2016 r. marża produktowa na kategoriach niewydawniczych wzrosła w sklepach Empik o 8% r/r.

Łączna marża brutto w ujęciu nominalnym w sklepach Empik w I kwartale 2016 r. wzrosła o 6% r/r do poziomu 90 mln PLN.

- Rozwój sieci sprzedaży spowodował także naturalny wzrost kosztów operacyjnych bezpośrednio związanych z działalnością sklepów (głównie kosztów najmu lokali i kosztów związanych z personelem w sklepach). Podobnie jak w 2015 r., w związku z transformacją, sklepy Empik ponoszą również w 2016 r. dodatkowe koszty związane z rozwojem logistyki oraz systemów planowania łańcucha dostaw i zarządzania asortymentem, a także z poprawą obsługi klienta. Jednocześnie prowadzone jest kilka projektów o znaczeniu strategicznym. Wszystkie te działania służą inwestycji w długofalowy rozwój biznesu Empik, jednak obciążają wynik finansowy 2016 r.

Pomimo wzrostu kosztów operacyjnych, Skorygowana EBITDA sklepów Empik za I kwartał 2016 r. wyniosła 1,2 mln PLN i była tylko nieznacznie niższa (tj. o 0,3 mln PLN) od wyniku osiągniętego w analogicznym okresie roku ubiegłego.

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

- W I kwartale 2016 r. segment Publishing zanotował spadek przychodów ze sprzedaży, co było związane głównie z większym poziomem zwrotów, zintensyfikowaniem przecen tytułów wydawanych w latach poprzednich oraz niższą sprzedażą wiodących tytułów w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. Niższe łączne przychody ze sprzedaży, w tym zintensyfikowanie przecen, wpłynęły negatywnie na marżę brutto w ujęciu nominalnym, która w I kwartale 2016 r. spadła o 5 mln PLN (-84% r/r) i wyniosła 1 mln PLN.

- Segment Publishing konsekwentnie kontroluje koszty operacyjne, które w I kwartale 2016 r. spadły o 13% r/r. Pomimo kontroli kosztów, w I kwartale 2016 r. segment Publishing poniósł stratę na poziomie Skorygowana EBITDA w kwocie 5 mln PLN, wobec straty w analogicznym okresie roku ubiegłego w kwocie 1 mln PLN.

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 konsekwentnie od drugiego półrocza 2015 r. 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. Ze względu na długość cyklu wydawniczego i konieczność ponoszenia w 2016 r. kosztów związanych z ostatecznym rozliczeniem wyników sprzedaży planu wydawniczego lat 2014 - 2015 przewiduje się, że efekty wdrożenia strategii segmentu Publishing będą dopiero widoczne w poziomie EBITDA tego segmentu w 2017 r.

## 9.2. E-commerce

mln PLN	I kw. 2016	I kw. 2015	zmiana	w proc.
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>63</b>	<b>66</b>	<b>-3</b>	<b>-4%</b>
Empik.com	55	43	13	30%
Smyk.com	-	17	-17	-100%
Digital	8	6	1	23%
<b>Marża brutto</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>-2</b>	<b>-10%</b>
Empik.com	12	10	2	24%
Smyk.com	-	4	-4	-100%
Digital	3	2	0	14%
<b>EBITDA</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>-1</b>	<b>-16%</b>
Empik.com	3	3	0	-6%
Smyk.com	-	1	-1	-100%
Digital	1	1	0	19%
<b>Skorygowana EBITDA</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>-1</b>	<b>-16%</b>

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

Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 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 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 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 I kwartał 2016 r. i 2015 r.**

mln PLN	I kw. 2016	I kw. 2015	zmiana	w proc.
Przychody ze sprzedaży	18	17	1	4%
Marża brutto	3	4	-1	-27%
EBITDA	0	1	-1	-151%

W I kwartale 2016 r. przychody ze sprzedaży empik.com oraz segmentu Digital wzrosły o 14 mln PLN (+29% r/r). Niewielki wzrost przychodów ze sprzedaży w I kwartale 2016 r. sklepu smyk.com (+4% r/r) wynikał ze zmiany architektury informatycznej oraz przeniesienia platformy internetowej sklepu smyk.com pomiędzy serwerami, co spowodowało ograniczoną dostępność produktów w kategorii „zabawki”, „ubranka” i „akcesoria dziecięce”.

Kluczowe e-sklepy Grupy - empik.com i smyk.com - tradycyjnie zanotowały wzrosty wskaźników operacyjnych – liczby odwiedzających oraz liczby kupujących. Dodatkowo empik.com zanotował w I kwartale 2016 r. kilkuprocentowy wzrost wartości średniego zamówienia.

W I kwartale 2016 r. w strukturze sprzedaży empik.com największy udział miały kategorie „książka”, „muzyka”, „zabawki” oraz „kosmetyki”. Wiodącymi kategoriami w sprzedaży sklepu smyk.com w I kwartale 2016 r. były tradycyjnie „ubranka”, „zabawki” oraz „akcesoria dziecięce”.

Marża brutto sklepu empik.com oraz segmentu Digital wzrosła w ujęciu nominalnym do poziomu 15 mln PLN (+3 mln PLN lub +22% r/r) w związku ze wzrostem skali działalności.

W I kwartale 2016 r. marża brutto sklepu smyk.com spadła o 1 mln PLN (-27%) w porównaniu do roku poprzedniego. Spadek marży brutto w ujęciu nominalnym był efektem m.in. ograniczonej dostępności produktów w związku z przenoszeniem platformy internetowej sklepu smyk.com pomiędzy serwerami oraz wyższymi cenami nabycia produktów (wyższy średni kurs dolara amerykańskiego).

W I kwartale 2016 r. sklep empik.com wypracował marżę brutto w ujęciu procentowym na poziomie 22%, wobec 23% osiągniętych w 2015 r.

W porównaniu do roku poprzedniego, w I kwartale 2016 r. marża brutto w ujęciu procentowym sklepu internetowego smyk.com spadła o 8 p.p. r/r, tj. do poziomu 18%. Spadek marży brutto w ujęciu procentowym w sklepie smyk.com wynikał przede wszystkim ze spadku marży w kategoriach „ubranka” (stanowiącej prawie połowę przychodów ze sprzedaży), „obuwie dziecięce” i „zabawki”. Do spadku marży przyczyniły się głównie ograniczona dostępność produktów w związku z przenoszeniem platformy internetowej sklepu smyk.com pomiędzy serwerami oraz wyższe ceny nabycia produktów (wyższy średni kurs dolara amerykańskiego).

Zysk na poziomie Skorygowanej EBITDA za I kwartał 2016 r. w sklepie internetowym empik.com wyniósł 3 mln PLN i był nieznacznie niższy od wyniku osiągniętego w okresie porównywalnym.

Skorygowana EBITDA sklepu internetowego smyk.com wyniosła w okresie 3 miesięcy 2016 r. 0 mln PLN, wobec zysku w wysokości 1 mln PLN osiągniętego w I kwartale 2015 r. Spadek zysku na poziomie Skorygowanej EBITDA był wynikiem niższej marży brutto.

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

- Planowane są: dynamiczny rozwój nowych kategorii oraz 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	I kw. 2016	I kw. 2015	zmiana	w proc.
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>317</b>	<b>268</b>	<b>49</b>	<b>18%</b>
Polska	172	143	28	20%
Smyk.com	18	0	18	n/a
Niemcy	98	92	6	7%
Czechy	0	1	-1	-100%
Pozostałe kraje	29	32	-3	-9%
<b>Marża brutto</b>	<b>130</b>	<b>112</b>	<b>18</b>	<b>16%</b>
Polska	79	65	14	21%
Smyk.com	3	0	3	n/a
Niemcy	35	33	2	7%
Czechy	0	0	0	-100%
Pozostałe kraje	13	14	-1	-6%
<b>EBITDA</b>	<b>-18</b>	<b>-4</b>	<b>-14</b>	<b>333%</b>
<b>Skorygowana EBITDA *</b>	<b>-4</b>	<b>-4</b>	<b>0</b>	<b>-3%</b>

\* Skorygowana EBITDA Grupy Smyk 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 finansowe sklepu internetowego smyk.com za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 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 3 miesięcy zakończony 31 marca 2016 r. zostały zaprezentowane w ramach działalności zaniechanej Grupy Smyk. **Wyniki finansowe sklepu internetowego smyk.com za I kwartał 2016 r. i 2015 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. W I kwartale 2015 r. Grupa Smyk nie poniosła istotnej straty na poziomie EBITDA w związku z zakończeniem działalności w Czechach.

Przychody ze sprzedaży w Grupie Smyk (z wyłączeniem wyników smyk.com, w celu zapewnienia porównywalności) w I kwartale 2016 r. wyniosły 299 mln PLN, co oznacza wzrost o 31 mln PLN (+12%) w stosunku do porównywalnego okresu 2015 r. Wzrost przychodów osiągnięto m.in. dzięki zwiększeniu w sklepach Smyk sprzedaży LFL o 8,3% r/r w I kwartale 2016 r., a także oraz rozwojowi sieci sprzedaży. Na koniec I kwartału 2016 r. sieć Smyk liczyła 216 sklepów w porównaniu z 205 sklepami na koniec I kwartału 2015 r.

W I kwartale 2016 r. marża brutto Grupy Smyk (z wyłączeniem smyk.com, w celu zapewnienia porównywalności) w ujęciu nominalnym wzrosła o 15 mln PLN (+13% r/r).

Smyk w Polsce odnotował kolejny wzrost wyników operacyjnych:

- Dwudziestoprocentowy wzrost przychodów ze sprzedaży w I kwartale 2016 r. w porównaniu z analogicznym okresem 2015 r. wynikał z rosnących przychodów ze sprzedaży LFL (wzrost o 13,3% r/r) oraz rozwoju sieci handlowej. Na koniec I kwartału 2016 r. Smyk w Polsce posiadał 126 sklepów, tj. o 11 sklepów więcej w porównaniu do I kwartału roku poprzedniego. Na wzrost przychodów Smyk Polska wpłynął również dynamiczny rozwój sprzedaży hurtowej na rynkach zagranicznych. W I kwartale 2016 r. Smyk rozpoczął działalność na kolejnych, nowych rynkach: Francji i Hiszpanii, co w sumie daje 25 obiektów (Shop In Shop) obsługiwanych w modelu sprzedaży hurtowej.
- Marża brutto w ujęciu procentowym w I kwartale 2016 r. wyniosła 46% i była nieznacznie wyższa w porównaniu do analogicznych okresów roku ubiegłego,

- Wzrost przychodów ze sprzedaży, wysoki poziom procentowej marży brutto oraz ścisła kontrola kosztów operacyjnych przełożyły się na wzrost wyniku na poziomie Skorygowana EBITDA Smyka w Polsce w 2016 r. w porównaniu z I kwartałem 2015 r.

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

- W I kwartale 2016 r. Spiele Max w Niemczech odnotował kilkuprocentowy wzrost przychodów ze sprzedaży, co było związane głównie z rosnącą sprzedażą sklepu internetowego spielemax.de oraz rozwoju sieci handlowej.
- W I kwartale 2016 r. Spiele Max utrzymał procentową marżę brutto na poziomie roku poprzedniego, która wyniosła 36%. Dzięki rosnącym przychodom oraz utrzymaniu marży brutto w ujęciu procentowym na niezmiennym poziomie, Spiele Max osiągnął w I kwartale 2016 r. kilkuprocentowy wzrost marży brutto w ujęciu nominalnym.
- Spiele Max osiągnął w I kwartale 2016 r. stratę na poziomie Skorygowana EBITDA, która była nieznacznie wyższa (o 0,6 mln PLN) od straty poniesionej w analogicznym okresie roku ubiegłego.

W I kwartale 2016 r. Smyk na Ukrainie odnotował kilkunastoprocentowy wzrost sprzedaży LFL w walucie lokalnej. Natomiast przychody ze sprzedaży LFL w walucie lokalnej Smyka w Rosji spadły o kilka procent, co było związane głównie z ograniczoną dostępnością produktów w sklepach Smyk w Rosji. Pod koniec 2015 r. oraz na początku 2016 r. Rosja wprowadziła szereg restrykcyjnych działań wobec polskich przewoźników, co wpłynęło negatywnie na poziom zatowarowania sklepów.

- Przychody ze sprzedaży Smyka na Ukrainie w I kwartale 2016 r. w walucie lokalnej były wyższe o 14% w porównaniu do analogicznych okresów roku ubiegłego.

Smyk na Ukrainie utrzymał w I kwartale 2016 r. marżę brutto w ujęciu procentowym na poziomie 43%, tj. w wysokości osiągniętej w okresie porównywalnym, dzięki czemu w I kwartale 2016 r. marża brutto w ujęciu nominalnym w walucie lokalnej wzrosła o 14% r/r.

Dzięki kontroli kosztów oraz pomimo dewaluacji hrywny wpływającej na poziom kosztów wynajmu, w I kwartale 2016 r. Smyk na Ukrainie osiągnął zysk Skorygowana EBITDA na poziomie nieznacznie wyższym od wyniku osiągniętego w analogicznym okresie 2015 roku.

- W I kwartale 2016 r. Smyk w Rosji zanotował kilkuprocentowy spadek przychodów w walucie lokalnej. W I kwartale 2016 r. marża brutto wyrażona procentowo wyniosła 42% i kształtowała się na poziomie osiągniętym w porównywalnym okresie 2015 r.

Spadek przychodów, przy niezminionej marży procentowej brutto, miał negatywny wpływ na marżę brutto w ujęciu nominalnym w walucie lokalnej, która w I kwartale 2016 r. spadła o kilka procent w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

W porównaniu do roku ubiegłego, w I kwartale 2016 r. Smyk w Rosji osiągnął wyższą stratę na poziomie Skorygowanej EBITDA wyrażoną w PLN, co było związane przede wszystkim ze spadkiem marży brutto.

- W I kwartale 2016 r. Smyk w Rumunii osiągnął zysk na poziomie Skorygowana EBITDA, w porównaniu do straty na poziomie Skorygowana EBITDA w analogicznym okresie roku poprzedniego.

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 I kwartale 2016 r. partnerzy Grupy Smyk otworzyli 13 punktów sprzedaży hurtowej w modelu Shop In Shop w Hiszpanii i Francji. W najbliższych miesiącach planowane są dalsze otwarcia.

## 10.2. Grupa Optimum

mln PLN	I kw. 2016	I kw. 2015	zmiana	w proc.
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>72</b>	<b>63</b>	<b>9</b>	<b>15%</b>
Polska	49	44	5	12%
Pozostałe kraje	23	19	4	21%
<b>Marża brutto</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>-3</b>	<b>-10%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>2%</b>
<b>Skorygowana EBITDA</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>2%</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 I kwartale 2016 r. Grupa Optimum odnotowała wzrost przychodów ze sprzedaży o 15% r/r. Wzrost przychodów wynikał z rosnącej sprzedaży marek Chanel, Clarins oraz Baush & Lomb w Polsce i Czechach, a także z wzrostu sprzedaży marki Converse na rynku polskim oraz rosyjskim.

W porównaniu do roku poprzedniego, w I kwartale 2016 r. marża brutto w ujęciu nominalnym spadła o 3 mln PLN (-10%). Grupa Optimum odnotowała także spadek marży brutto w ujęciu procentowym o 10 p.p. r/r, tj. do poziomu 34%. Zmniejszenie marży brutto jest konsekwencją zmiany modelu biznesowego sprzedaży produktów marki Converse przez spółki Amersport w Polsce (przejście z modelu licencyjnego na model dystrybucyjny).

Pomimo spadku marży brutto, w I kwartale 2016 r. Skorygowana EBITDA w Grupie Optimum w ujęciu nominalnym wyniosła 4 m PLN i ukształtowała się na poziomie osiągniętym w analogicznym okresie roku poprzedniego. Grupa utrzymała poziom Skorygowanej EBITDA, ponieważ niższa marża brutto została skompensowana przez niższe opłaty licencyjne płacone przez spółki Amersport w Polsce (przejście z modelu licencyjnego na model dystrybucyjny marki Converse) oraz niższe koszty logistyczne w spółce Amersport w Rosji.

### 10.3. Szkoły Językowe

mln PLN	I kw. 2016	I kw. 2015
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>0</b>	<b>42</b>
Polska	0	34
Pozostałe kraje	0	8
<b>Marża brutto</b>	<b>0</b>	<b>28</b>
<b>EBITDA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Skorygowana EBITDA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

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

### 11. Sieć sprzedaży

Ilość punktów sprzedaży orazich powierzchnia	Stan na 31.12.2015		Zmiany w I kw.		Stan na 31.03.2016	
	ilość	m.kw.	otwarcia	zamknięcia	ilość	m.kw.
Grupa Empik	228	94 245	1	(1)	228	94 360
<b>Razem działalność kontynuowana</b>	<b>228</b>	<b>94 245</b>	<b>1</b>	<b>(1)</b>	<b>228</b>	<b>94 360</b>
<b>Grupa Smyk</b>	<b>216</b>	<b>195 216</b>	-	-	<b>216</b>	<b>195 216</b>
Polska	126	98 410	-	-	126	98 410
Niemcy	58	77 313	-	-	58	77 313
Rosja	21	11 682	-	-	21	11 682
Ukraina	8	5 941	-	-	8	5 941
Rumunia	3	1 870	-	-	3	1 870
<b>Grupa Optimum</b>	<b>22</b>	<b>1 983</b>	<b>1</b>	<b>(1)</b>	<b>22</b>	<b>2 002</b>
Polska	14	1 255	-	(1)	13	1 162
Rosja	8	729	1	-	9	840
<b>Razem działalność zaniechana</b>	<b>238</b>	<b>197 199</b>	<b>1</b>	<b>(1)</b>	<b>238</b>	<b>197 218</b>
<b>Razem Grupa EM&amp;F</b>	<b>466</b>	<b>291 444</b>	<b>2</b>	<b>(2)</b>	<b>466</b>	<b>291 578</b>