

**ANALIZA FINANSOWA ZARZĄDU
ZA PIERWSZY KWARTAŁ 2010 R.**

Dane finansowe za okres trzech miesięcy zakończony 31 marca 2010 r.

Segmenty branżowe - działalność podstawowa*

	Grupa Empik	Grupa Smyk	Szkoły językowe	Moda i Uroda	Pozostałe	RAZEM
Przychody netto ze sprzedaży	230 240	174 006	33 994	161 581	-	599 821
EBITDA	10 472	3 099	5 580	3 358	(798)	21 711
EBIT	1 702	(1 898)	4 137	(3 919)	(1 032)	(1 010)
Zysk / (strata) netto	2 787	(3 525)	3 397	(4 505)	(4 818)	(6 664)

Korekty dotyczące wyceny instrumentów finansowych oraz wyceny programu akcji pracowniczych

	Grupa Empik	Grupa Smyk	Szkoły językowe	Moda i Uroda	Pozostałe	RAZEM
EBITDA	(1 354)	(1 307)	-	(1 055)	2 316	(1 399)
- wycena programu akcji pracowniczych	(82)				(1 317)	(1 399)
- obciążenia spółek z tytułu wsparcia operacyjnego przez holding	(1 272)	(1 307)		(1 055)	3 633	-
EBIT	(1 354)	(1 307)	-	(1 055)	2 316	(1 399)
- wycena programu akcji pracowniczych	(82)				(1 317)	(1 399)
- obciążenia spółek z tytułu wsparcia operacyjnego przez holding	(1 272)	(1 307)	-	(1 055)	3 633	-
Zysk netto	(1 112)	(1 663)	499	211	1 626	(439)
- wycena programu akcji pracowniczych	(82)				(1 317)	(1 399)
- wycena instrumentów finansowych	-	(604)	499	1 065	-	960
- obciążenia spółek z tytułu wsparcia operacyjnego przez holding	(1 030)	(1 059)		(854)	2 943	-

Segmenty branżowe - działalność kontynuowana (wg sprawozdania finansowego - nota 2)

	Grupa Empik	Grupa Smyk	Szkoły językowe	Moda i Uroda	Pozostałe	RAZEM
Przychody netto ze sprzedaży	230 240	174 006	33 994	161 581	-	599 821
EBITDA	9 119	1 792	5 580	2 303	1 519	20 313
EBIT	348	(3 205)	4 137	(4 975)	1 285	(2 410)
Zysk / (strata) netto	1 675	(5 187)	3 896	(4 294)	(3 192)	(7 102)

* z wyłączeniem instrumentów finansowych i wyceny programu akcji pracowniczych

Dane finansowe za okres trzech miesięcy zakończony 31 marca 2009 r.

Segmenty branżowe - działalność podstawowa* ' ' **

	Grupa Empik	Grupa Smyk	Szkoły językowe	Moda i Uroda	Pozostałe	RAZEM
Przychody netto ze sprzedaży	215 059	161 816	32 668	157 053	-	566 596
EBITDA	9 668	114	4 419	6 452	(3 835)	16 818
EBIT	378	(3 215)	3 250	520	(4 076)	(3 143)
Zysk / (strata) netto	(5 900)	(4 823)	2 716	(1 049)	14 817	5 759
Skorygowany zysk / (strata) netto z działalności podstawowej	(5 900)	(4 823)	2 716	(1 049)	(1 756)	(10 814)

Skorygowana strata netto różni się od zysku netto zaprezentowanego powyżej o efekt rozwiązania rezerwy na podatek odroczonej dotyczący sprzedaży udziałów mniejszościowych w 2009 r.

Korekty dotyczące wyceny instrumentów finansowych oraz wyceny programu akcji pracowniczych

	Grupa Empik	Grupa Smyk	Szkoły językowe	Moda i Uroda	Pozostałe	RAZEM
EBITDA	(1 392)	(1 303)	-	(323)	1 643	(1 374)
- wycena programu akcji pracowniczych	(184)				(1 823)	(2 007)
- wycena instrumentów finansowych	733			1 047	(1 147)	633
- obciążenia spółek z tytułu wsparcia operacyjnego przez holding	(1 941)	(1 303)		(1 370)	4 613	-
EBIT	(1 392)	(1 303)	-	(26 438)	1 643	(27 489)
- wycena programu akcji pracowniczych	(184)				(1 823)	(2 007)
- wycena instrumentów finansowych	733			1 047	(1 147)	633
- odpis z tytułu trwałej utraty wartości (Maratex)				(26 115)		(26 115)
- obciążenia spółek z tytułu wsparcia operacyjnego przez holding	(1 941)	(1 303)		(1 370)	4 613	-
Zysk netto	(1 365)	(1 017)	-	2 721	561	900
- wycena programu akcji pracowniczych	(184)				(1 823)	(2 007)
- wycena instrumentów finansowych	391	38		29 946	(1 353)	29 022
- odpis z tytułu trwałej utraty wartości (Maratex)				(26 115)		(26 115)
- obciążenia spółek z tytułu wsparcia operacyjnego przez holding	(1 572)	(1 055)		(1 110)	3 737	-

Segmenty branżowe - działalność kontynuowana (wg sprawozdania finansowego - nota 2)

	Grupa Empik	Grupa Smyk	Szkoły językowe	Moda i Uroda	Pozostałe	RAZEM
Przychody netto ze sprzedaży	215 059	161 816	32 668	157 053	-	566 596
EBITDA	8 276	(1 188)	4 419	6 130	(2 192)	15 445
EBIT	(1 014)	(4 518)	3 250	(25 917)	(2 433)	(30 632)
Zysk / (strata) netto	(7 266)	(5 840)	2 716	1 672	15 378	6 660

* z wyłączeniem instrumentów finansowych i wyceny programu akcji pracowniczych

** dane za pierwszy kwartał 2009 zostały skorygowane o efekt działalności zaniechanej (Smyk Niemcy oraz Maratex Kazachstan) - analogicznie jak dane zaprezentowane w sprawozdaniu finansowym oraz analizie zarządu za 12 miesięcy 2009 r.

1Q2010 – ZNACZĄCE WYDARZENIA

➤ rozwój sieci sprzedaży

31 grudnia 2009		Otwarcia 1 Q 2010		Zamknięcia 1 Q 2010		31 marca 2010		
Spółki zależne per kraj	Liczba punktów	Powierzchnia handlowa	Liczba punktów	Powierzchnia handlowa	Liczba punktów	Powierzchnia handlowa	Liczba punktów	Powierzchnia handlowa
Polska								
Empik*	145	75 005	3	1 384			148	76 389
Empik Cafe	57	4 796	1	99	5	307	53	4 588
Empik Foto	10						10	
Learning Systems Poland	77		2				79	
Smyk***	59	47 964	1	654			60	48 618
Ultimate Fashion	112	25 476	2	955	1	748	113	25 683
Amersport	13	1 179					13	1 179
Razem	473	154 420	9	3 092	6	1 055	476	156 457
Ukraina								
Empik**	22	5 004			3		19	5 004
Learning Systems Ukraine	5		1				6	0
Smyk	7	5 548					7	5 548
Maratex	24	6 570			1	230	23	6 340
Razem	58	17 122	1		4	230	55	16 892
Rosja								
Learning Systems Russia	4						4	
Smyk	4	2 623					4	2 623
Maratex	74	31 298	4	2 069	1	605	77	32 762
Razem	82	33 921	4	2 069	1	605	85	35 385
Niemcy								
Spiele Max	46	69 614			3	3 042	43	66 572
Razem	46	69 614			3	3 042	43	66 572
Turcja								
Smyk	1	988					1	988
Razem	1	988					1	988
Rumunia								
Smyk	1	831					1	831
Razem	1	831					1	831
Czechy								
Marki franszuzowe/licencjonowane	1	92					1	92
Razem	1	92					1	92
RAZEM	662	276 988	14	5 161	14	4 932	662	277 217

W pierwszym kwartale 2010 roku otwarto 14 punktów i zamknięto 14. Na koniec marca 2010 r. sieć sprzedaży Grupy EMF liczyła 662 punkty o łącznej powierzchni 277 217 m². Wykazane w tabeli powyżej 5 zamknięć Empik Cafe dotyczy relokacji punktów z wnętrza salonów Empik na zewnątrz, w celu lepszej ekspozycji. Obecnie Grupa skupia się na wybranych, najbardziej rentownych sklepach, głównie marek ze średniej półki cenowej (Peacocks, New Look, River Island, Aldo). Na dzień dzisiejszy Grupa nie planuje poszerzenia ekspansji o nowe rynki.

➤ wejście na rynek e-booków

Na początku kwietnia 2010 r. Grupa Empik oraz Virtualo Sp. z o.o. podpisały umowę joint venture, w wyniku której Empik objął 51% udziałów w wyżej wymienionej spółce. Działalność spółki Virtualo obejmuje przygotowanie i dystrybucję treści cyfrowych do polskich i zagranicznych księgarni internetowych. Aktualnie oferta Virtualo obejmuje 1250 e-booków. Empik będzie odpowiedzialny za dystrybucję e-booków za pośrednictwem sklepu internetowego empik.com. Wspólny projekt Empiku i Virtualo stanowi przełom na rynku e-booków w Polsce. Technologia, know-how i doświadczenie Virtualo w połączeniu z silną marką Empiku przyczynią się do rozwoju tego jeszcze stosunkowo młodego rynku. Jak prognozują Virtualo i Empik: w ciągu maksymalnie dwóch lat ceny czytników treści cyfrowych znacznie zmaleją, co – obok dynamicznego

wzrostu oferty dostępnych tytułów - przyczyni się do popularyzacji e-booków. Empik włączy e-booki do oferty swojego sklepu internetowego empik.com już w najbliższe wakacje.

➤ zmiany w portfolio

Grupa Optimum Polska wycofała się z marek optycznych, natomiast Grupa Optimum Czechy i Słowacja z powodu niezadowolających wyników zaprzestała dystrybucji następujących marek: Orlane, Givenchy, Guerlain, Kenzo, Rene Furterer, Phytomer, Bourjois, Adriana Karambeu.

WYNIKI DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ GRUPY W 1Q 2010 R.

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

Przychody

Przychody netto ze sprzedaży LTL – segmenty i regiony

Sprzedaż w grupie LTL sklepów i szkół językowych (PLN)	Zmiana % 3 miesiące 2010 vs 3 miesiące 2009
EMPIK*	2,2%
SMYK (grupa spółek)	11,4%
SZKOŁY JĘZYKOWE	-6,5%
MODA / MARKI FRANSZYZOWE (Ultimate Fashion, Maratex)	-2,3%
RAZEM	3,5%

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

**Zmiana %
3 miesiące 2010 vs 3 miesiące 2009**

EMPIK*
SMYK (grupa spółek)
SZKOŁY JĘZYKOWE
MODA / MARKI FRANSYZOWE (Ultimate Fashion, Maratex)
RAZEM

2,2%
4,0%
-6,5%
-5,6%
0,5%

* dane Empiku prezentowane są z działalnością internetową

**Zmiana %
3 miesiące 2010 vs 3 miesiące 2009**

Empik
empik.com (Internet)
EMPIK RAZEM z Internetem

-1,6%
88,6%
2,2%

**Zmiana %
3 miesiące 2010 vs 3 miesiące 2009**

SMYK Polska (PLN)
SMYK Ukraina (UAH)
SMYK Rosja (RUB)
SMYK Turcja (TRY)
Spielemax (EUR)

8,4%
12,7%
19,5%
13,1%
13,6%

* dane w walucie lokalnej

**Zmiana %
3 miesiące 2010 vs 3 miesiące 2009**

ULTIMATE FASHION (PLN)
MARATEX ROSJA (RUB)
MARATEX UKRAINA (UAH)

-10,2%
6,5%
3,8%

* dane w walucie lokalnej

**Zmiana %
3 miesiące 2010 vs 3 miesiące 2009**

LSP (PLN)
LSU (UAH) **

-6,5%
49,8%

* dane w walucie lokalnej

** dane LSU na bazie danych jednostkowych Spółki

W pierwszym kwartale 2010 r. całkowite przychody netto ze sprzedaży na porównywalnej grupie sklepów (LTL) zwiększyły się w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku o 0,5%, a w stałej walucie o 3,5%. Głównym kontrybutorem tego wzrostu była Grupa Smyk ze wzrostem 4,0% r/r. Dodatnia dynamika sprzedaży LTL w Smyk Polska to przede wszystkim efekt sukcesu nowego systemu promocji, który zyskał uznanie klientów i wpłynął na zwiększenie przychodów ze sprzedaży. Punkty Cenowe (Price Points) to wyraźnie oznaczone powierzchnie sprzedaży, gdzie umieszczone są produkty pogrupowane według określonej ceny. Dzięki temu systemowi klient dostaje wyraźną informację o ofercie oraz może szybko i łatwo odnaleźć konkretny produkt w określonej cenie. W Smyku w Rosji i na Ukrainie pozytywne dynamiki sprzedaży LTL to głównie zasługa rosnącej rozpoznawalności marki, bazy klientów, wyprzedaży oraz zwiększenia asortymentu o produkty kupione u dostawców lokalnych. Dwucyfrowy wzrost (w walucie) w sklepach Spiele Max wynika przede wszystkim z faktu, że w 2009 r. Święta Wielkanocne były później – w drugim kwartale – podczas gdy w 2010 r. były w pierwszych dniach kwietnia, czyli zakupy prezentów świątecznych dla dzieci miały miejsce wcześniej – jeszcze pod koniec pierwszego kwartału. W Empiku wzrost sprzedaży LTL to głównie efekt dynamicznego wzrostu sprzedaży internetowej (Empik.com). W szkołach językowych spadek LTL to efekt zmiany struktury sprzedaży – zwiększyła się ilość tańszych kursów dla dzieci przy jednoczesnym zmniejszeniu ilości droższych kursów dla dorosłych. Dobrze funkcjonują kursy korporacyjne – w pierwszym kwartale grupa LS podpisała dwa duże kontrakty na prowadzenie kursów językowych dla policji. W grupie modowej bardzo dobrze radzi sobie, działająca w Rosji i na Ukrainie, spółka Maratex. Obie dywizje notują wzrosty w walucie lokalnej, których głównymi kontrybutorami są marki Peacocks i Esprit, które są atrakcyjne dla klientów na rynku rosyjskim. Niższa rok do roku sprzedaż LTL w Ultimate Fashion to efekt porównania do wysokiej bazy 2009 r., kiedy na sprzedaż znacząco wpłynęła agresywna polityka wyprzedażowa, związana z wysokim poziomem zapasów jeszcze z końca 2008 r. kiedy rozpoczął się kryzys. W pierwszym kwartale 2010 r. było zdecydowanie mniej wyprzedaży.

Całkowite przychody netto ze sprzedaży – segmenty

PLN' 000	3 miesiące 2010	3 miesiące 2009	2009 vs 2008 %
Przychody netto ze sprzedaży	599 821	566 596	+5,9%
<i>Grupa Empik</i>	230 240	215 059	+7,1%
<i>Grupa Smyk</i>	174 006	161 816	+7,5%
<i>Szkoły Językowe</i>	33 994	32 668	+4,1%
<i>Moda i Uroda</i>	161 581	157 053	+2,9%

Całkowite przychody netto Grupy ze sprzedaży zwiększyły się rok do roku o 5,9%. W Empiku wzrost sprzedaży o 7,1% jest wynikiem wzrostu liczby klientów (ok. 1,2% r/r) oraz wzrostem średniej wartości paragonu (ok. 3,3%). Znaczący wpływ na pozytywny wynik ma również wzrost sprzedaży internetowej. W Grupie Smyk wzrost sprzedaży to między innymi zwiększenie liczby sklepów oraz opisany powyżej wzrost na grupie LTL. Najwyższe dynamiki zanotowały dywizje na Wschodzie. W Spiele Maxie, tak jak napisano powyżej, na polepszenie wyników wpłynęły Święta Wielkanocne, które w tym roku wypadły wcześniej niż w roku ubiegłym. Wzrost przychodów w szkołach językowych spowodowany jest zwiększeniem liczby szkół

oraz konsolidacją spółki LSU (począwszy od trzeciego kwartału 2009 r.). Wzrost przychodów w grupie modowej jest głównie efektem przeprowadzonego w 2009 r. procesu restrukturyzacji portfolio, podczas którego marki mniej rentowne zostały zastąpione markami bardziej rentownymi. Postawiono głównie na rozwój bardzo atrakcyjnych marek ze średniej półki cenowej (Peacocks, Aldo, River Island, a od początku 2010 r. również New Look) oferujących ubrania, buty i dodatki zgodnie z aktualnie obowiązującymi trendami. Powyższe marki charakteryzują się również wysoką rotacją zapasów. W grupie modowej lepsze dynamiki zanotowały spółki działające na Wschodzie, czyli Maratex Rosja i Ukraina. W Grupie Optimum będącej częścią segmentu Moda i Uroda, niewielki wzrost przychodów to głównie efekt poprawy koniunktury gospodarczej, a tym samym sprzedaży detalicznej, czego pierwsze symptomy były widoczne już pod koniec 2009 r.

Marża brutto

PLN' 000	3 miesiące 2010	3 miesiące 2009	2009 vs 2008 %	3 miesiące 2010 Marża %	3 miesiące 2009 Marża %	Zmiana
Marża brutto	244 315	227 231	+7,5%	40,7%	40,1%	0,6
<i>Grupa Empik</i>	73 220	70 794	+3,4%	31,8%	32,9%	-1,1
<i>Grupa Smyk</i>	71 223	66 400	+7,3%	40,9%	41,0%	-0,1
<i>Szkoły Językowe</i>	21 959	20 409	+7,6%	64,6%	62,5%	2,1
<i>Moda i Uroda</i>	77 913	69 627	+11,9%	48,2%	44,3%	3,9

Wartościowa marża brutto Grupy zwiększyła się rok do roku o 7,5%, a w ujęciu procentowym zanotowała wzrost rzędu 0,6 p.p. Empik zanotował spadek marży w ujęciu procentowym głównie za sprawą zwiększenia udziału sprzedaży internetowej. Warto przy tej okazji zaznaczyć, że sprzedaż internetowa, przy niższych marżach, osiąga dużo wyższą rentowność EBITDA niż tradycyjne salony, co spowodowane jest zdecydowanie niższym poziomem kosztów operacyjnych. W Grupie Smyk spadek marży procentowej spowodowany jest wpływem Spiele Maxa (wyprzedaże, które w związku z wcześniejszym terminem Świąt Wielkanocnych, były w marcu, a nie jak rok temu w kwietniu, zneutralizowały pozytywny wpływ zmiany mixu produktów). Pozostałe spółki z tej grupy notują wzrosty na marży. W Smyku Polska wzrost marży procentowej to efekt zwiększenia wolumenu sprzedaży plus rozsądna polityka cenowa – zastosowanie konceptu Punktów Cenowych wraz z sukcesywnym wprowadzaniem nowych kolekcji po normalnej cenie. Na Wschodzie wzrost marży procentowej w Smyku spowodowany jest poniesieniem cen - na Ukrainie zwiększono marżę na ubranka. Na poziom marży na Ukrainie dodatkowo pozytywnie wpływa magazyn z uprawnieniami składu celnego, który zmniejsza koszty zakupu. Wzrost marży procentowej w szkołach językowych to efekt konsolidacji LSU, która jednostkowo ma wyższe marże niż LSP, oraz optymalizacji kosztów konsultantów. Wyższa marża procentowa w polskiej dywizji modowej to efekt lepszego zarządzania zapasem w porównaniu do roku 2009 (w pierwszym kwartale 2010 r. było zdecydowanie mniej wyprzedaży niż w porównywalnym okresie ubiegłego roku). Wzrost marży procentowej zanotowano również w rosyjskiej części dywizji modowej i jest on spowodowany lepszym zarządzaniem zapasem oraz lepszą sprzedażą wysokomarżowych marek Esprit i Peacocks. Na Ukrainie niższe marże to sposób na dostosowanie się do

trudnej sytuacji makroekonomicznej, poprzez dostosowywanie cen do popytu. W Grupie Optimum wzrost marży procentowej to efekt umocnienia złotego w stosunku do euro i dolara oraz wzrostu sprzedaży w wyniku poprawy koniunktury, a także malejącej awersji sieci do większych zakupów.

EBITDA

PLN' 000	3 miesiące 2010	3 miesiące 2009	2009 vs 2008 %	3 miesiące 2010 Marża EBITDA %	3 miesiące 2009 Marża EBITDA %	Zmiana
EBITDA z działalności podstawowej	21 711	16 818	+29,1%	3,6%	3,0%	0,6
<i>Grupa Empik</i>	10 472	9 668	+8,3%	4,5%	4,5%	0,0
<i>Grupa Smyk</i>	3 099	114	+2613,1%	1,8%	0,1%	1,7
<i>Szkoły Językowe</i>	5 580	4 419	+26,3%	16,4%	13,5%	2,9
<i>Moda i Uroda</i>	3 358	6 452	-48,0%	2,1%	4,1%	-2,0
<i>Pozostałe</i>	-798	-3 835	+79,2%			

EBITDA Grupy wzrosła rok do roku o 29,1%. Wzrost EBITDA w Empiku na poziomie 8,3% jest przede wszystkim rezultatem redukcji kosztów operacyjnych (głównie koszty osobowe). Wysoki wzrost EBITDA w Grupie Smyk to głównie efekt wzrostu wartości marży brutto w Spiele Maxie. W Grupie Smyk warty podkreślenia jest również wzrost EBITDA w Rosji i na Ukrainie. Powodem wzrostu EBITDA Smyka na rynku rosyjskim jest lepsza sprzedaż i marża procentowa, przy podobnym do zeszłorocznego poziomie kosztów operacyjnych (wyjątek: koszty uzależnione od poziomu sprzedaży), a także dodatnie różnice kursowe (umacniający się rubel). Na Ukrainie wzrost EBITDA to efekt oszczędności kosztowych (koszty najmu, wynagrodzeń). Wzrost EBITDA w szkołach językowych jest rezultatem konsolidacji LSU oraz wprowadzonych w LSP oszczędności: redukcja kosztów marketingu o ponad 30%, wynagrodzeń – o prawie 20% oraz kosztów najmu – o ok. 8%. Ujemna dynamika na poziomie EBITDA w segmencie Moda i Uroda to efekt nadwyżki przychodów z tytułu rozwiązania w 2009 r. rezerw na zamknięcia sklepów nad kosztami zamknięć, jako że w 2009 r. podjęto decyzję o kontynuacji działalności części sklepów planowanych uprzednio do zamknięcia w rezultacie stopniowej poprawy ich rentowności. Za sprawą wyższej sprzedaży, marży brutto oraz pozytywnego efektu różnic kursowych, wzrost EBITDA zanotowała również Grupa Optimum.

Wynik netto

PLN' 000	3 miesiące 2010	3 miesiące 2009	2009 vs 2008 %
Zysk / (strata) netto z działalności podstawowej	-6 664	5 759	-215,7%
Skorygowany zysk / (strata) netto z działalności podstawowej*	-6 664	-10 814	+38,4%
Grupa Empik	2 787	-5 900	+147,2%
Grupa Smyk	-3 525	-4 823	+26,9%
Szkoły Językowe	3 397	2 716	+25,1%
Moda i Uroda	-4 505	-1 049	-329,2%
Pozostałe *	-4 818	-1 756	-174,4%

* korekta dotyczy wyłączenia rozwiązania rezerwy na podatek odroczonej dotyczący udziałów mniejszościowych w 2009 r.

W pierwszym kwartale 2010 roku Grupa zanotowała stratę w wysokości 6,7 mln złotych w porównaniu do skorygowanej straty 10,8 mln zł w pierwszym kwartale 2009 r. (wynik ubiegłego roku skorygowany o wpływ rozwiązania rezerwy w wysokości 16,6 mln zł na podatek odroczonej, związany ze sprzedażą udziałów mniejszościowych).

W Empiku pozytywna dynamika na poziomie wyniku netto to efekt optymalizacji podatkowych oraz brak negatywnego wpływu straty za 2009 r. spółki ukraińskiej. Grupa Smyk zmniejszyła stratę netto z ubiegłego roku, ale nadal pozostaje na minusie. W Smyku Polska rok do roku znacząco zmniejszyły się koszty finansowe, natomiast wzrosła amortyzacja (nowe sklepy otwarte pod koniec 2009 r.), co per saldo powoduje zwiększenie straty netto. W Smyku Rosja zanotowano pozytywną dynamikę na poziomie wyniku netto (zmniejszenie straty netto w stosunku do ubiegłego roku), ale niższa niż na poziomie EBITDA, głównie z powodu wyższej amortyzacji, spowodowanej zwiększeniem liczby sklepów, oraz wzrostem kosztów finansowych. Smyk Ukraina i Spiele Max zanotowały zysk netto (pochodna wzrostu EBITDA). Spadek wyniku netto w segmencie Moda i Uroda to pochodna negatywnej dynamiki EBITDA spowodowanej rozwiązaniem rezerw w 2009 r. Wzrost zysku netto w szkołach językowych o 25,1% to wpływ konsolidacji spółki LSU oraz pochodna wzrostu EBITDA.

Wydatki inwestycyjne

Wydatki inwestycyjne	3 miesiące 2010				3 miesiące 2009			
	Razem	Nowe punkty sprzedaży	Płatności zobowiązań inwestycyjnych dotyczących lat poprzednich	Utrzymanie, reorganizacje i modernizacje oraz projekty IT/Log	Razem	Nowe punkty sprzedaży	Płatności zobowiązań inwestycyjnych dotyczących lat poprzednich	Utrzymanie, reorganizacje i modernizacje oraz projekty IT/Log
GRUPA EMPIK	6 374	536	4 603	1 235	20 888	1 201	4 805	14 882
GRUPA SMYK	10 595	3 151	4 388	3 056	12 694	2 124	3 491	7 079
GRUPA SZKÓŁ JĘZYKOWYCH	1 474	297	760	416	2 213	-	-	2 213
MODA I URODA	9 901	5 131	2 890	1 880	8 853	6 582	697	1 572
Razem	28 343	9 115	12 641	6 588	44 648	9 908	8 994	25 746
Projekty centralne EM&F	1 364	-	212	1 152	4 160	-	3 241	919
Razem	29 707	9 115	12 853	7 740	48 808	9 908	12 235	26 665

W pierwszym kwartale 2010 r. całkowite wydatki inwestycyjne wyniosły 29,7 mln złotych i zmniejszyły się w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku o 19,1 mln złotych. Rok do roku wydatki inwestycyjne na

nowe punkty zmniejszyły się o 0,8 mln złotych. Niższe od ubiegłorocznych wydatki inwestycyjne na nowe sklepy w Grupie Empik to przede wszystkim efekt chęci wykorzystania potencjału w mniejszych miastach i koncentracji Grupy na otwieraniu w nich tzw. salonów partnerskich, na które nakłady inwestycyjne są zdecydowanie niższe niż w przypadku tradycyjnego salonu (w 1 kwartale 2010 roku w Grupie Empik miały miejsce trzy otwarcia i wszystkie były otwarciem salonów partnerskich).

Zdecydowanie, bo aż o 18,9 mln zł, zmniejszyły się wydatki na IT i logistykę oraz utrzymanie i modernizację sklepów. Wysokie koszty w 2009 r. wynikały przede wszystkim z rozwoju sprzedaży internetowej Empik.com, wdrożenia nowoczesnych systemów IT w spółkach Grupy i inwestycji na zakup sprzętu informatycznego.