

**ANALIZA FINANSOWA ZARZĄDU ZA OKRES TRZECH MIESIĘCY ZAKOŃCZONY
31 MARCA 2009 ROKU I 31 MARCA 2008 ROKU**

Wybrane dane finansowe za okres I kwartał 2009 r. vs I kwartał 2008 r.

Uzgodnienie wybranych danych finansowych do skonsolidowanego sprawozdania finansowego

Tabela nr 1

PLN' 000	I kwartał	I kwartał	Zmiana %
	2009 PLN000	2008 PLN000	
Przychody netto ze sprzedaży	570 895	428 171	+33,3
EBITDA z działalności podstawowej*	13 627	23 717	-42,5
<i>% sprzedaży</i>	<i>2,39%</i>	<i>5,54%</i>	
EBIT z działalności podstawowej*	-6 767	7 592	-189,1
<i>% sprzedaży</i>	<i>-1,19%</i>	<i>1,77%</i>	
Zysk netto z działalności podstawowej*	2 371	2 805	-15,5
<i>% sprzedaży</i>	<i>0,42%</i>	<i>0,66%</i>	
Liczba punktów sprzedaży**	651	456	
Powierzchnia handlowa**	262 884	156 152	

*Z wyłączeniem instrumentów finansowych i wyceny programu akcji pracowniczych.
**Przyrost liczby nowych punktów sprzedaży oraz powierzchni handlowej, działalność podstawowa.

Tabela nr 2

PLN' 000	I kwartał	I kwartał	Zmiana %
	2009	2008	
EBITDA z działalności podstawowej	13 627	23 717	-42,5
<i>% sprzedaży</i>	<i>2,39%</i>	<i>5,54%</i>	
Wycena programu akcji pracowniczych	-2 007	-3 630	+44,7
Przeszacowania instrumentów finansowych	633	8 726	-92,7
<i>Zara + Sephora</i>	-414	8 726	-104,7
<i>Pozostałe opcje</i>	1 047	0	
EBITDA	12 253	28 813	-57,5
<i>% sprzedaży</i>	<i>2,15%</i>	<i>6,73%</i>	

Tabela nr 3

PLN' 000	I kwartał	I kwartał	Zmiana %
	2009	2008	
EBIT z działalności podstawowej	-6 767	7 592	-189,1
<i>% sprzedaży</i>	<i>-1,19%</i>	<i>1,77%</i>	
Wycena programu akcji pracowniczych	-2 007	-3 630	+44,7
Przeszacowania instrumentów finansowych	633	8 726	-92,7
<i>Zara + Sephora</i>	-414	8 726	-104,7
<i>Pozostałe opcje</i>	1 047	0	
Odpisy z tytułu trwałej utraty wartości firmy (Maratex)	-26 115	0	
EBIT	-34 256	12 688	-370,0
<i>% sprzedaży</i>	<i>-6,00%</i>	<i>2,96%</i>	

Tabela nr 4

PLN' 000	I kwartał	I kwartał	Zmiana
	2009	2008	%
Zysk netto z działalności podstawowej	2 371	2 805	-15,5
% sprzedaży	0,42%	0,66%	
Wycena programu akcji pracowniczych	-2 007	-3 630	+44,7
Przeszacowania instrumentów finansowych	29 022	7 783	+272,9
Zara + Sephora	-620	9 517	-106,5
Maratex + pozostałe opcje	29 642	-1 734	+1 809,5
Odpisy z tytułu trwałej utraty wartości firmy (Maratex)	-26 115	0	-
Zysk netto	3 271	6 958	-53,0
% sprzedaży	0,57%	1,63%	

Istotny wpływ na wyniki I kwartału 2009 r. Grupy EM&F miały niekorzystne różnice kursowe. Poniższe tabele przedstawiają wpływ na wyniki Grupy zarówno różnic kursowych, jak i dywidendy otrzymanej przez spółkę Empik w I kwartale 2008 r., która nie została jak dotąd wypłacona w roku 2009 r.

Tabela nr 5

PLN' 000	I kwartał 2009	I kwartał 2008	Zmiana
	skorygowany o wpływ różnic kursowych**	skorygowany o wpływ różnic kursowych i dywidendy**	
	PLN000	PLN000	%
Przychody netto ze sprzedaży	570 895	428 171	+33,3
EBITDA z działalności podstawowej*	16 579	12 816	+29,4
% sprzedaży	2,90%	2,99%	
EBIT z działalności podstawowej*	-3 815	-3 309	-15,3
% sprzedaży	-0,67%	-0,77%	
Zysk netto z działalności podstawowej***	11 618	-5 777	+301,1
% sprzedaży	2,04%	-1,35%	

*Z wyłączeniem instrumentów finansowych i wyceny programu akcji pracowniczych.
 **Dane dotyczące I kwartału 2008 r. zostały skorygowane o otrzymaną dywidendę i efekt różnic kursowych, natomiast dane dotyczące I kwartału 2009 r. o efekt różnic kursowych (patrz również Tabele nr 6 i nr 7 poniżej).
 ***Zysk netto w 2009 r. zawiera zysk z tytułu dokonanych optymalizacji podatkowych w wysokości 16,8 mln zł.

Tabela nr 6

Uzgodnienie skorygowanych wyników I kwartału 2009 r. do wyników raportowanych			
PLN' 000	I kwartał	Wpływ różnic	Skorygowany
	2009	kursowych	I kwartał 2009
	PLN000	PLN000	PLN000
Przychody netto ze sprzedaży	570 895		570 895
EBITDA z działalności podstawowej	13 627	2 952	16 579
% sprzedaży	2,39%		2,90%
EBIT z działalności podstawowej	-6 767	2 952	-3 815
% sprzedaży	-1,19%		-0,67%
Zysk netto z działalności podstawowej	2 371	9 247	11 618
% sprzedaży	0,42%		2,04%

Tabela nr 7

Uzgodnienie skorygowanych wyników I kwartału 2008 r. do wyników raportowanych				
PLN' 000	I kwartał 2008 PLN000	Wpływ dywidendy PLN000	Wpływ różnic kursowych PLN000	Skorygowany I kwartał 2008 PLN000
Przychody netto ze sprzedaży	428 171			428 171
EBITDA z działalności podstawowej % sprzedaży	23 717 4,15%	-9 000	-1 901	12 816 2,24%
EBIT z działalności podstawowej % sprzedaży	7 592 1,33%	-9 000	-1 901	-3 309 -0,58%
Zysk netto z działalności podstawowej % sprzedaży	2 805 0,49%	-9 000	418	-5 777 -1,01%

SIEĆ SPRZEDAŻY

Grupa EM&F kontynuuje ekspansję w regionie, jednak w związku z obecną sytuacją makroekonomiczną Grupa spowolniła tempo rozwoju sieci sprzedaży i dokonuje selektywnych inwestycji:

- skupiając się na najważniejszych projektach (w perspektywie długoterminowej – najlepsze centra handlowe, głównie w większych miastach w regionie; wyłącznie projekty na bardzo dobrych warunkach u deweloperów);
- biorąc pod uwagę dynamiczny rozwój sytuacji na rynku komercyjnych nieruchomości handlowych.

W I kwartale 2009 r. sieć punktów detalicznych i usługowych Grupy powiększyła się o 14 nowych punktów, o łącznej powierzchni handlowej netto 3893 m².

- otwarcia w Polsce:
 - Empik – 1 sklep własny i 2 salony partnerskie,
 - Empik Cafe – 5 kawiarni,
 - Learning Systems Poland – 1 szkoła językowa Speak Up.
- otwarcia za granicą:
 - Smyk – 1 sklep w Rosji,
 - Maratex – 4 sklepy w Rosji.

Na dzień 31 marca 2009 r. sieć detaliczna i usługowa Grupy skupiała 651 punktów, o łącznej powierzchni sprzedaży netto 262 884 m².

ZNACZĄCE UMOWY

- W dniu 22 stycznia 2009 r., NFI EM&F S.A. zbył na rzecz Industria de Diseño Textil SA („INDITEX SA”) pozostające dotąd w portfelu spółki 20% udziałów w spółce Zara Polska Sp. z o.o. za kwotę 110.230.000 złotych. W związku z umową wszelkie prawa do zbywanych udziałów przeszły na Inditex S.A. Środki pozyskane ze sprzedaży udziałów NFI EM&F S.A. przeznaczył na spłatę kredytu 7 milionów Euro, zaciągniętego w styczniu 2006 roku w ABN AMRO Bank NV. Pozostałe środki pozyskane ze sprzedaży udziałów w Zara Polska zostaną przeznaczone na finansowanie bieżącej działalności i rozwoju Grupy.

NOWE MARKI, FORMATY HANDLOWE I LINIE PRODUKTOWE

- Empik
 - rozpoczęcie pierwszego etapu specjalizacji dwóch salonów (przy Nowym Świecie w Warszawie i we Wrocławiu przy Rynku) w zakresie książki akademickiej, fachowej i naukowej,
 - nowe kolekcje w ramach marki własnej art.pap uznanych artystów tworzących (na zamówienie Empiku).

- Smyk:
 - wprowadzenie do sprzedaży produktów z nowych linii marki Cool Club: Cool Club Baby (dla niemowlaków od 0 do 2 lat), Cool Club Kids (dla dzieci w wieku przedszkolnym od 3 do 8 lat), Cool Club Trend (dla dzieci w wieku szkolnym od 9 do 14 lat), Cool Club Jeans, Cool Club Accessories (akcesoria);
 - wprowadzenie do sprzedaży w polskiej i niemieckiej sieci sklepów Smyk sportowego obuwia dziecięcego marki Converse.
- Spiele Max:
 - wprowadzenie do sprzedaży w kolejnych 15 sklepach Spiele Max w Niemczech produktów marki własnej Smyk - Cool Club (na dzień 31 marca 2009 r. produkty Cool Club były dostępne w 28 sklepach marki).
- Learning Systems Poland
 - wprowadzenie na rynek nowej metody nauki języków obcych przez Internet – „Wirtualna szkoła”.
- Maratex
 - otwarcie pierwszego salonu nowej marki River Island w prestiżowym centrum handlowym Metropolis w Moskwie.
- Optimum Sport:
 - zawarcie umowy z Moravia Sport Group s.r.o. na dystrybucję produktów marki Converse w sieci 44 sklepów marki Envy Sport, oferującej techniczną odzież sportową, na terytorium Czech i Słowacji;
 - rozszerzenie dystrybucji obuwia dziecięcego marki Converse w sieci sklepów Smyk w Polsce i w Niemczech (początkowo w 25 wybranych sklepach Smyk).

DZIAŁANIA Z ZAKRESU IT i LOGISTYKI :

Grupa kontynuowała projekt rozwoju i udoskonalania platform / infrastruktur logistycznych, informatycznych i telekomunikacyjnych w ramach projektu prowadzonego z firmami Accenture, Exorigo, DHL, Spedimex, Oracle oraz innymi partnerami, obejmującego wszystkie spółki Grupy. W związku z rosnącym portfelem spółek oraz międzynarodową ekspansją, projekt ten wspiera rozwój Grupy, a także pozwala na osiągnięcie znaczących oszczędności i poprawę efektywności wielu kluczowych procesów biznesowych (szczegółowe informacje odnośnie poszczególnych spółek omówiono w sekcji „Wydatki inwestycyjne”).

Ponadto w celu poprawy efektywności raportowania, kontrolingu i konsolidacji finansowej Grupy EM&F została zakończona kolejna faza wdrożenia systemu Hyperion Financial Management. - platformy analitycznej opartej na systemie Oracle Business Intelligence, pozwalającej na analizowanie danych na różnych poziomach

Rozwój sieci sprzedaży Grupy EM&F w I kwartale 2009 r.

Sieć dystrybucji Grupy EM&F	I kwartał 2009		I kwartał 2008		Zmiana %	
	liczba punktów	powierzchnia handlowa	liczba punktów	powierzchnia handlowa	liczba punktów	powierzchnia handlowa
Media i Rozrywka	417	199 527	277	106 445	140	87,4%
Empik sklepy	155	72 152	132	62 252	23	15,9%
Empik Cafe*	55	4 315	-	-	-	-
Empik laboratoria foto**	12	-	15	-	-3	-
Szkoły językowe	82	-	75	-	7	-
Smyk	68	53 987	55	44 194	13	22,2%
Spiele Max	45	69 073	-	-	-	-
Moda i Uroda	234	63 357	179	49 707	55	27,5%
Ultimate Fashion	113	24 354	102	20 906	11	16,5%
Maratex	107	37 744	77	28 802	30	31,0%
Amersport	14	1 259	-	-	-	-
Razem, wyłączając Zara Polska	651	262 884	456	156 152	195	68,4%

*Transakcja aportu kawiarni do Empik Cafe Sp. z o.o. została zarejestrowana w grudniu 2008 r. **Usługi Empik Foto są sukcesywnie wprowadzane do salonów Empik.

Wyniki działalności Grupy w I kwartale 2009 r.

Przychody netto ze sprzedaży

Przychody netto ze sprzedaży Grupy wzrosły w I kwartale 2009 r. o 33,3% do 570,9 mln złotych, w porównaniu do 428,2 mln złotych w I kwartale 2008 r., ze względu na dwucyfrowe dynamiki sprzedaży w większości spółek Grupy.

Do wzrostu sprzedaży Grupy EM&F w największym stopniu kontrybuowała sprzedaż w grupie sklepów i szkół językowych NLTL¹, nowo otwartych punktów, jak również konsolidacja sprzedaży spółek przejętych w 2008 roku: Spiele Max i Amersport. W grupie sklepów LTL² w I kwartale 2009 r. odnotowano „płaską” bądź ujemną dynamikę sprzedaży, będące efektem spowolnienia gospodarczego i spadkiem sprzedaży detalicznej. Tymczasem grupa szkół językowych LTL odnotowała pozytywną dynamikę na poziomie 17,0%.

Sprzedaż w grupie LTL* sklepów i szkół językowych (w PLN)	Zmiana %
	I kwartał 2009 vs I kwartał 2008
EMPIK (grupa spółek)	0%
SMYK (grupa spółek)	-3%
MODA / MARKI FRANSYZOWE (Ultimate Fasion, Maratex)	-8%
SZKOŁY JĘZYKOWE	17%
RAZEM	-1%
SPIELE MAX**	21%

*Sklepy i szkoły językowe działające co najmniej 12 miesięcy na dzień 31 marca 2009 r. **Dane pro-forma z uwagi na fakt, że przychody Spiele Max są konsolidowane przez Grupę EM&F począwszy od III kwartału 2008 r.

¹ Sklepy i szkoły językowe otwarte w 2008 r., działające krócej niż 12 miesięcy (łącznie 231 sklepów i szkół językowych).

² Sklepy i szkoły językowe działające co najmniej 12 miesięcy na dzień 31 marca 2009 r.

Przychody ze sprzedaży Grupy EM&F na poszczególnych rynkach w regionie przedstawia poniższa tabela:

PLN '000'	I kwartał 2009	I kwartał 2008	Zmiana % I kwartał 2009 vs I kwartał 2008
Sprzedaż detaliczna			
Polska	347 603	319 097	8,9%
Rynki zagraniczne	167 510	65 375	156,2%
Dystrybucja hurtowa			
Polska	42 751	32 266	32,5%
Rynki zagraniczne	13 032	11 433	14,0%
RAZEM dystrybucja w Polsce	390 354	351 363	11,1%
RAZEM dystrybucja za granicą	180 542	76 808	135,1%
RAZEM	570 895	428 171	33,3%

Przychody ze sprzedaży w podziale na segmenty

Przychody ze sprzedaży	I kwartał 2008	Wzrost/(spadek) LTL	Sprzedaż kategorii NLT i Development	Przychody spółek nabytych (Amersport, Spiele Max)	(Spadek) sprzedaży hurtowej	Wyłączenia konsolidacyjne	I kwartał 2009	Zmiana %
Moda i Uroda	129 341	-7 678	22 692	16 522	-1 731	-2 226	156 920	21,3%
Media i Rozrywka	298 830	2 617	39 795	82 312	-9 806	226	413 975	38,5%
Razem	428 171	-5 060	62 487	98 834	-11 536	-2 000	570 895	33,3%

EBITDA

W I kwartale 2009 r. odnotowano spadek EBITDA z podstawowej działalności (z wyłączeniem wpływu wyceny instrumentów finansowych i programu akcji pracowniczych) o 42,5% do 13,6 mln złotych, w porównaniu do 23,7 mln złotych w I kwartale 2008 r.

Spadek ten jest spowodowany przede wszystkim znacząco niekorzystnym wpływem różnic kursowych, które obciążały marżę brutto oraz koszty operacyjne. Dodatkowo w I kwartale 2008 r., z tytułu posiadanych udziałów mniejszościowych, spółka Empik otrzymała od Sephora Polska dywidendę w wysokości 9 mln złotych, która nie została jak dotąd wypłacona w 2009 roku (patrz tabele nr 5, 6, 7).

Warte podkreślenia jest, iż pozytywne efekty działań podjętych do tej pory przez Grupę, w celu ochrony marż i optymalizacji kosztów m.in. wynagrodzeń, kosztów utrzymania sklepów, czynszów etc.) powinny być widoczne w wynikach kolejnych kwartałów br.

Grupa odnotowała spadek rentowności EBITDA z podstawowej działalności (z wyłączeniem instrumentów finansowych i wyceny programu akcji pracowniczych), która w I kwartale 2009 r. wyniosła 2,39% w porównaniu do 5,54% w I kwartale 2008 r. Główne powody spadku rentowności to wyżej wymienione czynniki kształtujące EBITDA z podstawowej działalności.

Całkowita EBITDA w I kwartale 2009 r. obniżyła się o 57,5% do 12,3 mln złotych, w porównaniu do 28,8 mln złotych w I kwartale 2008 r.

Do wartości całkowitej EBITDA kontrybuowała wycena instrumentów finansowych, która jednak nie zrównoważyła negatywnego wpływu wyceny programu akcji pracowniczych.

Moda i Uroda

W segmencie *Moda i Uroda* zanotowano w I kwartale 2009 r. spadek EBITDA z podstawowej działalności (z wyłączeniem wyceny instrumentów finansowych i programu akcji pracowniczych) o 27,0% do 3,6 mln złotych, podczas gdy w I kwartale 2008 r. było to 5,0 mln złotych.

Pomimo wysokiej dynamiki sprzedaży całego segmentu (21,3%), EBITDA została obciążona nieznacznym spadkiem marży brutto (-0,2 pp) oraz negatywnym wpływem kursów walut.

Media i Rozrywka

W segmencie *Media i Rozrywka*, EBITDA z podstawowej działalności (z wyłączeniem wyceny instrumentów finansowych i programu akcji pracowniczych) obniżyła się w omawianym okresie o 14,5% i wyniosła 15,8 mln złotych, w porównaniu do 18,4 mln złotych w I kwartale 2008 r.

Pomimo wysokiej dynamiki sprzedaży całego segmentu (38,5%), EBITDA została głównie obciążona negatywnym wpływem kursów walut oraz nieznacznym spadkiem marży brutto (-1,1 pp). Dodatkowo w I kwartale 2008 r., z tytułu posiadanych udziałów mniejszościowych, spółka Empik otrzymała od Sephora Polska dywidendę w wysokości 9 mln złotych, która nie została jak dotąd wypłacona w 2009 roku.

EBIT

I kwartale 2009 r. odnotowano spadek EBIT z podstawowej działalności (z wyłączeniem wyceny instrumentów finansowych i wyceny programu akcji pracowniczych) o 189,1% do -6,8 mln złotych w porównaniu do 7,6 mln złotych w I kwartale 2008 r.

Istotny wpływ na spadek EBT w I kwartale 2009 r. Grupy EM&F miały niekorzystne różnice kursowe oraz dywidenda otrzymana przez spółkę Empik w I kwartale 2008 r., która nie została jak dotąd wypłacona w roku 2009 r. (patrz tabele nr 5, 6, 7).

W I kwartale 2009 r. całkowity EBIT wyniósł -34,3 mln złotych w porównaniu do 12,7 mln złotych w I kwartale 2008 r., co oznacza spadek o 370,0%.

Zysk netto

W I kwartale 2009 r. odnotowano spadek zysk netto z podstawowej działalności Grupy (z wyłączeniem wpływu instrumentów finansowych i wyceny programu akcji pracowniczych) o 15,5% i wyniósł 2,4 mln złotych w I kwartale 2009 r. w porównaniu do 2,8 mln złotych w I kwartale 2008 r.

Spadek zysku netto z podstawowej działalności Grupy został obciążony zarówno znacząco niekorzystnym wpływem różnic kursowych oraz dywidendą otrzymaną przez spółkę Empik w I kwartale 2008 r., która nie została jak dotąd wypłacona w roku 2009 r. (patrz tabele nr 5, 6, 7), jak również większą niż w analogicznym okresie amortyzacją (21,54%).

Całkowity zysk netto Grupy EM&F w I kwartale 2009 r. obniżył się o 53,0% do 3,3 mln złotych, w porównaniu do 7,0 mln złotych w I kwartale 2008 r.

Na ukształtowanie się całkowitego zysku netto Grupy miały wpływ: przeszacowanie wartości instrumentów finansowych z portfela Spółki, wycena programu akcji pracowniczych oraz odpisy z tytułu trwałej utraty wartości.

W pierwszym kwartale 2009 r. Grupa dokonała dalszego odpisu z tytułu trwałej utraty wartości firmy Maratex Ltd. na kwotę 26,1 mln złotych (w roku 2008 dokonano odpisu wartości firmy Maratex Ltd. w wysokości 70,2 mln złotych). Odpis został dokonany wg projekcji finansowych firmy Maratex, zaktualizowanej o dane makroekonomiczne odzwierciedlające bieżącą sytuację rynkową w Rosji i na Ukrainie (obszar głównej działalności operacyjnej Maratex Ltd.).

Dokonany odpis aktualizacyjny należy rozpatrywać łącznie ze spadkiem zobowiązań EM&F wobec akcjonariuszy mniejszościowych Maratex, których wartość oparta jest o te same projekcje finansowe, które stanowiły podstawę weryfikacji wartości firmy. Dynamika dalszego rozwoju na rynku rosyjskim i ukraińskim, będzie dostosowana do rozwoju sytuacji makroekonomicznej.

Wydatki inwestycyjne

Grupa EM&F kontynuuje ekspansję w regionie, jednak w związku z obecną sytuacją makroekonomiczną Grupa spowolniła tempo rozwoju sieci sprzedaży i dokonuje selektywnych inwestycji:

- skupiając się na najważniejszych projektach (w perspektywie długoterminowej – najlepsze centra handlowe, głównie w większych miastach w regionu, wyłącznie projekty na bardzo dobrych warunkach u deweloperów);
- biorąc pod uwagę dynamiczny rozwój sytuacji na rynku komercyjnych nieruchomości handlowych.

Całkowite wydatki na inwestycje Grupy poniesione w I kwartale 2009 r. wyniosły 48,8 mln złotych (w porównaniu do 56,4 mln złotych w analogicznym okresie w roku ubiegłym) na rozwój i modernizację sieci sprzedaży oraz infrastrukturę IT/Log.

Znacząca część wydatków to inwestycje w otwarcia nowych sklepów i szkół, które w I kwartale 2009 r. wyniosły 19,8 mln złotych w porównaniu do 28,7 mln złotych w analogicznym okresie 2008 r.

Pozostałe wydatki inwestycyjne były związane z reorganizacją i modernizacją istniejącej sieci sprzedaży, kontynuowanym wdrożeniem nowoczesnych systemów IT w spółkach Grupy i inwestycjami w zakup sprzętu informatycznego i multimedialnego (patrz opis poniżej w segmentach)

PLN' 000	I kwartał 2009			I kwartał 2008		
	Razem	Nowe punkty sprzedaży	Rearanżacje i modernizacje oraz projekty IT/Log	Razem	Nowe punkty sprzedaży	Rearanżacje i modernizacje oraz projekty IT/Log
Wydatki inwestycyjne						
Moda i Uroda	9 097	7 280	1 818	19 919	11 919	8 000
Media i Rozrywka	35 551	11 622	23 929	35 069	16 779	18 290
Razem	44 648	18 902	25 746	54 988	28 698	26 290
Projekty centralne EM&F	4 160	918	3 242	1 431	-	1 431
Działalność zaniechana	0	0	0	0	0	0
Razem	48 808	19 820	28 988	56 419	28 698	27 721

Moda i Uroda

Wydatki na inwestycje w segmencie Moda i Uroda w I kwartale 2009 r. wyniosły 9,1 mln złotych, podczas gdy w analogicznym okresie ubiegłego roku było to 19,9 mln złotych.

Wydatki były głównie związane z inwestycjami w rozwój sieci sklepów franszizowych. W I kwartale 2009 r. spółka Maratex otworzyła łącznie 4 sklepy w Rosji.

Łączna powierzchnia handlowa nowo otwartych sklepów w tym segmencie wyniosła 2205 m².

Pozostałe inwestycje były związane przede wszystkim z renowacją i unowocześnianiem istniejących sklepów oraz z wdrożeniem nowoczesnych systemów IT i logistycznych w spółkach tego segmentu:

- W grupie spółek Maratex i Ultimate Fashion

Wprowadzono szereg rozwiązań informatycznych poprawiających integrację z kluczowymi dostawcami marek.

Ponadto zakończono kolejny etap wdrażania platformy analitycznej opartej na systemie Oracle Business Intelligence, pozwalającej na zintegrowane raportowanie wszystkich spółek grupy zajmujących się sprzedażą detaliczną marek franszysowych.

Ponadto kontynuowano proces konsolidacji magazynów i dostawców transportu w Rosji i na Ukrainie, co umożliwiło wygenerowanie znaczących oszczędności w kosztach operacji magazynowych i kosztach transportu.

- W grupie spółek Optimum Distribution

Zakończono kolejną fazę integracji z systemów logistycznych i informatycznych Amersport i Optimum Distribution. Dodatkowo wprowadzono szereg rozwiązań informatycznych poprawiających integrację z kluczowymi klientami grupy (EDI).

Media i Rozrywka

Wydatki na inwestycje w segmencie Media i Rozrywka w I kwartale 2009 r. wyniosły 35,5 mln złotych, podczas gdy w I kwartale 2008 r. było to 35,1 mln złotych.

Większość wydatków była związana z inwestycjami w rozwój sieci sprzedaży. W omawianym okresie otwarto 3 sklepy Empik w Polsce (w tym 1 sklep własny w Poznaniu oraz 2 sklepy partnerskie w Łomży, Dębicy) oraz 1 sklep Smyk w Rosji (w Moskwie). Z kolei spółka LSP otworzyła 1 nową szkołę w Polsce (w Rybniku). Ponadto zostało otwartych 5 nowych kawiarni Empik Cafe (w Płocku, Koszalinie, Warszawie (2) i Koninie).

Łączna powierzchnia handlowa nowo otwartych punktów w tym segmencie wyniosła 1 688 m².

Poza wydatkami na nowe sklepy i modernizacją istniejących sklepów, spółki segmentu kontynuowały wdrażanie nowoczesnych systemów IT i logistycznych:

- W grupie spółek Smyk:

Z sukcesem zakończono kolejne etapy wprowadzania nowoczesnego łańcucha dostaw o obszarze importu towarów z Chin i dystrybucji towarów. Kolekcja odzieży wiosna-lato będzie w pełni przygotowywana i pakowana przez producentów z podziałem bezpośrednio na sklepy (CROSS DOCK). Pozwoliło to na wygenerowanie znaczących oszczędności w kosztach operacji magazynowych, kosztach transportu i innych kosztach związanych z re-eksportem towarów do Rosji i na Ukrainę. Dodatkowo usprawniono sposób konsolidacji przesyłek z Chin, co pozwoliło na dodatkowe oszczędności w kosztach transportu morskiego.

Ponadto zakończono wdrożenie nowego systemu sklepowego UPOS w spółce w Polsce. Nowy system ma pomóc w sprawniejszej obsłudze klientów, a także pozwoli na uruchomienie nowych akcji promocyjnych zwiększających sprzedaż.

Dodatkowo spółka kontynuowała wdrażanie kolejnych etapów platformy analitycznej opartej na systemie Oracle Business Intelligence, pozwalającej na analizowanie danych na różnych poziomach, m.in. uruchomiono szczegółowe raportowanie procesu importu towarów z Chin.

- W grupie spółek Empik:

Spółka kontynuowała wdrażanie kolejnych etapów platformy analitycznej opartej na systemie Business Intelligence, wdrożenia nowego magazynu centralnego DHL, a także usprawnień platformy logistyczno-informatycznej zbudowanej na potrzeby empik.com.

- W grupie spółek LSP:

Spółka kontynuowała budowanie i wdrażanie nowego systemu transakcyjnego i CRM. Poza tym oddano do użytku nowoczesne multimedialne narzędzie „Wirtualna szkoła” nauczania klientów przez Internet.

Istotne wydarzenia po omawianym okresie bilansowym

Nowe sklepy

Od 1 kwietnia do 15 maja br. Grupa otworzyła kolejne **14** placówek: 4 sklepy Empik, 2 kawiarnie Empik Cafe, 1 sklep Smyk, 1 szkołę językową Speak Up oraz 6 sklepów franczyzowych z modą w Polsce.