

Grupa Kapitałowa AmRest Holdings SE

Raport za Pierwsze Półrocze 2009 Roku

31 Sierpnia 2009



Wszystko Jest Możliwe!

AmRest Holdings SE Raport za Pierwsze Półrocze 2009 Roku

1. Część I – Sprawozdanie Zarządu

2. Część II – Suplement do Sprawozdania Zarządu

3. Część III – Wybrane Dane Finansowe

4. Część IV – Raport Audytora

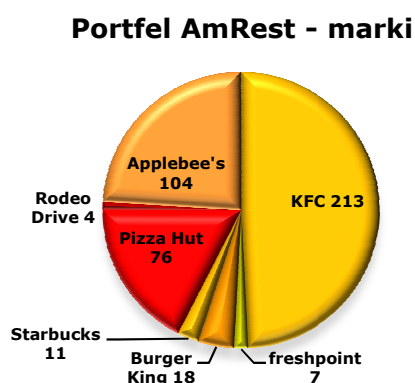
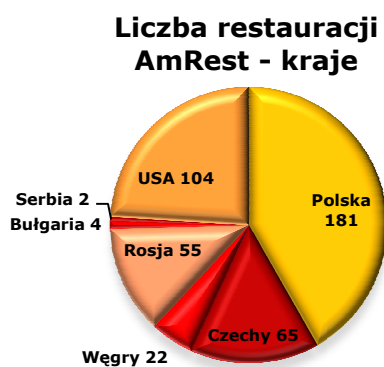
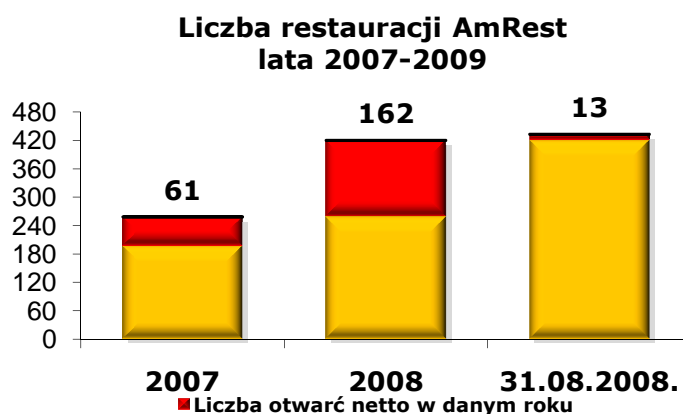
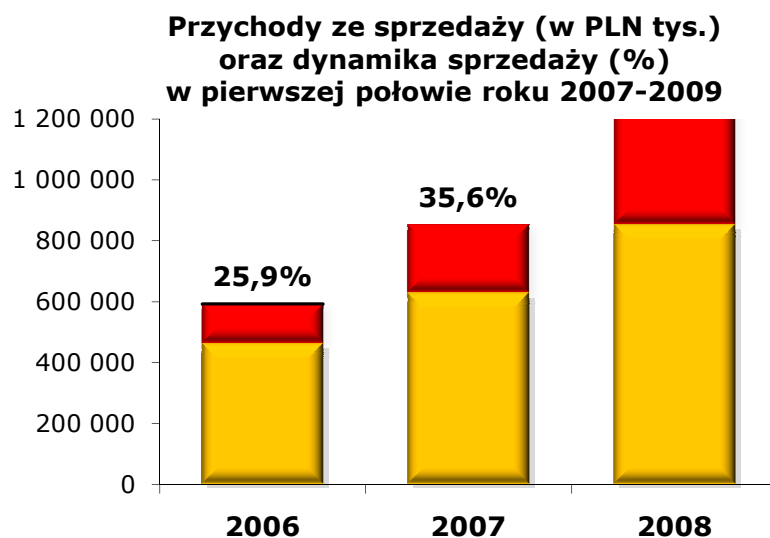
5. Część V - Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe H1 2009 (Załącznik)

Część I Sprawozdanie Zarządu

Spis Treści:

1. Wybrane wyniki finansowe i operacyjne – podsumowanie	I-2
2. Opis działalności Spółki	I-3
3. Osoby zarządzające i nadzorujące Spółką	I-13
4. Informacje istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej lub wyniku finansowego Spółki	I-14
5. Planowane działania inwestycyjne oraz ocena możliwości ich realizacji	I-24
6. Zewnętrzne i wewnętrzne czynniki istotne dla rozwoju Spółki w roku 2009	I-25
7. Podstawowe ryzyka i zagrożenia, na które narażone jest Spółka	I-26
8. Kierunki i strategia rozwoju Spółki	I-30
9. Oświadczenia Zarządu	I-32

1. Wybrane wyniki finansowe i operacyjne – podsumowanie



2. Opis działalności Spółki

2.1. Podstawowe usługi świadczone przez Grupę Kapitałową

AmRest Holdings SE („AmRest”) zarządza 7 markami restauracyjnymi w 7 krajach Europy Środkowo-Wschodniej oraz Ameryki Północnej. Każdego dnia ponad 18 tysięcy pracowników AmRest, poprzez naszą kulturę „Wszystko Jest Możliwe!”, dostarcza wyśmienite smaki oraz wyjątkową obsługę po przystępnej cenie.

AmRest prowadzi swoje restauracje w dwóch sektorach restauracyjnych: Quick Service Restaurants (QSR) – KFC, Burger King, Starbucks i freshpoint oraz Casual Dining Restaurants (CDR) – Pizza Hut, Applebee’s i Rodeo Drive. W trzecim kwartale 2008 roku do portfela Spółki została dodana nowa marka, Applebee’s, oraz nowy rynek – do Polski, Czech, Węgier, Rosji, Serbii i Bułgarii dołączyły Stany Zjednoczone.

Restauracje AmRest umożliwiają korzystanie z usług gastronomicznych na miejscu, na wynos, obsługę klientów zmotoryzowanych na specjalnych stanowiskach oraz dostawę do klienta według zlecenia złożonego telefonicznie. Menu restauracji AmRest zawierają firmowe dania, które przygotowuje się ze świeżych produktów zgodnie z oryginalnymi przepisami i standardami sieci restauracji KFC, Pizza Hut, Burger King, Starbucks i Applebee’s, a także na podstawie własnych autorskich pomysłów (freshpoint i Rodeo Drive).

AmRest jest franczyzobiorcą firmy Yum! Brands Inc. w zakresie marek KFC oraz Pizza Hut. Restauracje Burger King funkcjonują także na zasadzie franczyzy, na podstawie umowy z Burger King Europe GmbH. Restauracje Starbucks otwierane są przez spółki joint venture AmRest Coffee (82% AmRest i 18% Starbucks), które posiadają prawa i licencje do rozwoju i prowadzenia kawiarni Starbucks w Polsce, w Czechach oraz na Węgrzech. Restauracje Applebee’s funkcjonują również na zasadzie franczyzy, na podstawie umowy z Applebee’s International, Inc. Rodeo Drive i freshpoint są markami własnymi AmRest, w związku z czym sprzedaż w tych restauracjach nie jest obciążona opłatami franczyzowymi.

a) Restauracje segmentu Quick Service Restaurants (QSR)

KFC jest siecią restauracji szybkiej obsługi oferującą różnorodne dania oparte na unikatowym smaku kurczaka. Wśród sprzedawanych w KFC produktów największą część stanowią zestawy składające się z różnorodnych kawałków kurczaka w tradycyjnej wersji Kentucky, opartej na oryginalnej recepturze pułkownika Sandersa, oraz w wersji pikantnej – Hot&Spicy. Charakterystycznym dla KFC produktem są również pikantne skrzydełka Hot Wings. W ofercie KFC znajdują się także świeże sałatki, zróżnicowane w zależności od pory roku, ciastka i desery, napoje zimne i gorące. Kurczak serwowany w KFC jest świeżo marynowany i panierowany w restauracjach każdego dnia, co powoduje, że smak i jakość serwowanych potraw jest na najwyższym poziomie.



Dostawcy kurczaków do KFC spełniają najwyższe standardy unijne, a produkty do każdej restauracji są dostarczane wielokrotnie w ciągu tygodnia.

Pierwsze półrocze 2009 roku marka KFC może zaliczyć do udanych. Wychodząc naprzeciw globalnej sytuacji finansowej, w lokalach sieci KFC AmRest umocniona została pozycja atrakcyjnych cenowo produktów. W ofercie restauracji KFC pojawiły się nowe, nowe, konkurencyjne cenowo zestawy. Unikatowa oferta B-Smart umożliwiała klientom restauracji wybór najpopularniejszych produktów marki z kurczakiem wraz z dodatkiem.

W pierwszej połowie roku do restauracji KFC wprowadzono ofertę darmowej dolewki napojów z rodziny Pepsi. Propozycja ta cieszyła się dużym zainteresowaniem ze strony gości i jest obecnie jednym z ważniejszych wyróżników marki. Dodatkowo, oferta napojów została wzbogacona o nowy produkt sieci KFC, „Mojito” - unikatowy bezalkoholowy napój, który od początku zdobył uznanie gości.



Pierwsze sześć miesięcy 2009 roku to dla sieci KFC AmRest kontynuacja wielu innowacyjnych inicjatyw rozpoczętych w poprzednich latach, w tym rozbudowa oferty produktowej KFC, optymalizacja pracy oraz uproszczenie systemów w celu zapewnienia gościom restauracji jak najlepszej obsługi. Działania AmRest to również dalszy rozwój sieci KFC. W 2009 roku otwarto łącznie 11 restauracji tej marki. Działania rekrutacyjne i szkoleniowe oraz wzmocnienie na poziomie operacyjnym połączone z kampanią marketingową jest podstawą do dalszej ekspansji KFC AmRest.

KFC jest również jednym z największych partnerów fundacji Corporate Social Responsibility przeznaczając w każdym miesiącu 1% swoich zysków na cele charytatywne związane z poprawą warunków życia najuboższych dzieci z terenu Polski Północno-Zachodniej.

Obecnie sieć KFC AmRest liczy 213 restauracji, 102 w Polsce, 53 w Republice Czeskiej, 16 na Węgrzech, 38 w Rosji oraz 2 w Serbii i 2 w Bułgarii.

Burger King to ponad 11 200 restauracji w ponad 74 krajach całego świata. Około 90 % restauracji Burger King jest własnością niezależnych



franczyzobiorców. Każdego roku ponad 11 milionów gości odwiedza restauracje Burger King na całym świecie.

Sieć Burger King AmRest wykazuje dużą skuteczność w docieraniu do docelowej grupy nabywców sektora restauracji szybkiej obsługi (mężczyźni w wieku 18-35 lat) poprzez oferowanie większych i smaczniejszych, przygotowywanych w płomieniach grilla burgerów. Zgodnie z hasłem „Have It Your Way” klienci Burger King mają możliwość komponowania burgerów według własnego uznania, zgodnie ze swoimi upodobaniami kulinarnymi. Burger King oferuje bogate menu – od flagowego produktu marki, WHOPPER®, do szerokiej oferty sałatek, kanapek z kurczakiem, Królewskich Skrzydełek, kawałków kurczaka i deserów.



W pierwszej połowie 2009 roku AmRest oferował wiele nowych i ciekawych produktów, które zostały bardzo dobrze odebrane przez gości restauracji. Promocje obejmowały konkurencyjne cenowo zestawy popularnych produktów, kanapki z kurczakiem, nowe warianty flagowego produktu restauracji Burger King, WHOPPER®. Dodatkowo wprowadzono nową kategorię produktową, desery Fusion, które na dobre zagościły w menu restauracji Burger King.

AmRest prowadzi łącznie 18 restauracji Burger King, 14 w Polsce, 2 w Republice Czeskiej i w 2 Bułgarii.

Starbucks jest globalnym liderem w sektorze kawowym i prowadzi ponad 14 tysięcy kawiarni. AmRest Coffee (Joint Venture pomiędzy Starbucks Coffee International i AmRest Holdings) prowadzi obecnie restauracje Starbucks na rynku czeskim i polskim. Doświadczenie AmRest w Europie Środkowo-Wschodniej, wysoka jakość działań operacyjnych, rozwinięta sieć dostawców oraz globalna dominacja Starbucks w szybko rozwijającym się segmencie kawowym to unikalna synergia, którą AmRest Coffee wykorzystuje wprowadzając markę Starbucks na rynki Europy Środkowo-Wschodniej. Spółki AmRest Coffee powstały na trzech rynkach uwzględnionych w umowie rozwoju – czeskim, polskim i węgierskim.



Pierwsza połowa roku 2009 to wejście Starbucks na polski rynek. Otwarcie pierwszej kawiarni tej marki, w prestiżowej lokalizacji na Nowym Świecie w Warszawie cieszyło się dużym zainteresowaniem ze strony prasy. Kilka dni później, otwarta została druga kawiarnia Starbucks, we Wrocławiu. Oba otwarcia cieszyły się zainteresowaniem zarówno mediów, jak i lokalnych społeczności. Starbucks Experience, słynące z wyjątkowej kawy, legendarnej obsługi klienta i przyjaznej atmosfery zdobyło duże uznanie na rynku polskim.



Głównym celem działalności operacyjnej w pierwszej połowie 2009 roku było wprowadzenie marki na polski rynek oraz zapewnienie efektywności wysokiego przepływu klientów w nowo otwartych lokalach. Pierwsza połowa roku obejmuje kontynuację stabilnego wzrostu i otwarcie dziewiętej kawiarni Starbucks. Na obu rynkach, AmRest Coffee, poprzez zaangażowanie pracowników (w języku Starbucks nazywanych Partnerami) aktywnie uczestniczy w życiu lokalnych społeczności. Aktywności te obejmują wolontariat na rzecz rozwoju kształcenia lokalnej młodzieży.

W kolejnych okresach, AmRest Coffee będzie kontynuował rozwój marki Starbucks na rynku polskim i czeskim oraz planował wejście na rynek węgierski. Działania AmRest będą skupiać się na pozyskaniu atrakcyjnych lokalizacji i uzyskaniu efektu skali. Obecnie AmRest Coffee prowadzi 11 kawiarni Starbucks. 9 na rynku czeskim i 2 na rynku polskim.

Siec restauracji freshpoint oferuje swoim klientom szeroki wybór wyśmienitych kanapek prosto z pieca, przygotowanych na zamówienie i na oczach klienta. To świeża i zdrowa alternatywa konsumpcji posiłku poza domem. Freshpoint oferuje wachlarz kilkunastu rodzajów kanapek na bazie czterech rodzajów pieczywa po brzegi wypełnionych dodatkami soczystych mięs, świeżych chrupiących warzyw oraz doskonałych sosów.



Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów, w pierwszym półroczu 2009 roku wachlarz produktów kanapkowych został poszerzony o nowy rodzaj pieczywa - tortille. Kompozycje z nowym produktem zdobyły uznanie klientów i zostały na stałe wprowadzone do oferty sieci freshpoint. Podkreślając aspekt zdrowszego stylu odżywiania coraz więcej naszych produktów jest grillowanych. Dowodem na to jest promocja Fresh&Grill, która w pierwszym półroczu 2009 roku cieszyła się niesłabnącym powodzeniem. W kategorii napojów, do oferty marki freshpoint ponownie wprowadzone zostały popularne w okresie wiosenno-letnim napoje typu smoothies. Wszystkie produkty oferowane przez freshpoint realizują zakres kategorii sandwiches, salads&smoothies.



Sieć restauracji freshpoint to 6 restauracji w Warszawie oraz 1 we Wrocławiu. AmRest postanowił o zaprzestaniu dalszego rozwoju tej marki do momentu, w którym wyniki istniejących restauracji osiągną satysfakcjonujący poziom oraz, w którym nowe rynki i nowe marki AmRest, Burger King i Starbucks, osiągną swoją masę krytyczną. Pomimo tego, że wyniki freshpoint poprawiły się znacznie od początku roku, nie osiągnęły one jeszcze satysfakcjonującego poziomu. Priorytetem freshpoint w drugiej części roku jest więc dalsza poprawa wyników finansowych restauracji.

a) Restauracje segmentu Casual Dining Restaurants (CDR)

Applebee's Neighborhood Grill & Bar to największą na świecie sieć segmentu restauracji casual dining, którą cechuje przyjazna atmosfera, wystrój wnętrza ściśle związany z życiem lokalnej społeczności oraz wysmienite amerykańskie dania po przystępnej cenie.



Każda restauracja jest zaprojektowana w taki sposób, żeby możliwie najlepiej odzwierciedlać swoje unikalne sąsiedztwo – wnętrza nawiązują do lokalnych wydarzeń historycznych, drużyn sportowych, szkół i organizacji. Pracownicy restauracji wspierają lokalne społeczności poprzez zaangażowanie w działalność charytatywną i lokalne akcje marketingowe, takie jak współpraca z miejscowymi szkołami, organizacja charytatywnych zbiórek, udział w lokalnych wydarzeniach.



W pierwszej połowie 2009 roku działania marketingowe skupiały się na wysokiej jakości produktów i korzystnych zestawieniach. Najpopularniejsze pozycje menu oferowane były w zestawach podkreślających jakość i interesujące kombinacje produktów w rozsądnej cenie. Menu restauracji zostało wzbogacone o dodatkowe pozycje dostarczając gościom

szerokiego wyboru burgerów, różnych wariantów smakowych mini kanapek oraz sałatek. Uznanie gości zdobyły również napoje promowane w tym okresie.

Sieć restauracji Applebee's to obecnie ponad 1900 lokali na całym świecie, około 80% restauracji prowadzona jest przez franczyzobiorców. AmRest prowadzi obecnie 104 restauracje Applebee's w 8 stanach Stanów Zjednoczonych.

Pizza Hut to jedna z największych sieci restauracji casual dining w Europie. Inspirowana kuchnią śródziemnomorską, promuje ideę dzielenia się wspaniałym jedzeniem w gronie najbliższych i przyjaciół w swobodnej atmosferze. Strategia ujęta w skróconej wersji w hasło „Wspaniały produkt, wyjątkowa gościnność, za każdym razem” określa główne priorytety marki.



W pierwszym półroczu 2009 roku menu marki Pizza Hut wzbogacone zostało o nową kategorię dań głównych. W restauracjach wprowadzono także trzeci rodzaj ciasta do pizzy – Neapolitana. Nowa pizza Neapolitana podawana w siedmiu wariantach smakowych opartych na klasycznych, włoskich dodatkach cieszyła się dużą popularnością wśród gości i na stałe pozostanie w ofercie Pizza Hut. Oprócz sukcesu nowości, nieustanną popularnością cieszą się pizze na cieście puszystym, bar sałatkowy, szeroki wybór świeżo przygotowanych makaronów (m.in. MoltoBene) oraz makaronowe „Uczty z Pieca” a także przygotowywana ze świeżych składników lemoniada i kremowe mini desery.



Miniony okres to także kontynuacja programu „Gościnność”, który wprowadza nowe zasady rekrutacji i szkolenia pracowników. Nowa definicja ról pracowników obsługi klienta, zaawansowane techniki obsługi, program oceniający i promujący gościnność i rewizja standardów obsługi, to kilka z podstawowych elementów wchodzących w skład projektu i mających za zadanie długoterminowo budować przewagę konkurencyjną w obszarze obsługi.



Działania marki w pierwszych miesiącach tego roku obejmują również pojawienie się w komunikacji telewizyjnej z kampanią wizerunkową promującą różnorodność menu oraz atmosferę restauracji casual dining.

W pierwszej połowie 2009 roku sieć Pizza Hut AmRest powiększyła się o 3 kolejne restauracje i obejmuje łącznie 72 restauracje, 51 w Polsce, 15 w Rosji i 6 na Węgrzech.

Rodeo Drive (American Bar&Grill) to restauracje dla prawdziwych poszukiwaczy przygód, dla których liczy się wyjątkowa obsługa i unikalna atmosfera. Rodeo Drive to miejsce zarówno na lunch, obiad, biznesowe spotkanie jak i na wieczorną zabawę z rodziną i przyjaciółmi. Wystrój restauracji nawiązuje do amerykańskiego dawnego Zachodu – drewniane ławy i stoły, belkowanie sufitu, kamienne elementy naścienne, „ranczerskie” gadżety: kapelusze, siodła i koła wozów. W naszych 4 restauracjach można spróbować dań z Dzikiego Zachodu rozpoczynając od wspaniałych przystawek np. Tekszańskich Skrzydełek, poprzez steki, burgery, na deserach nie kończąc.



Pierwsze półroczu 2009 roku w restauracjach Rodeo Drive upłynęło pod hasłem grillowania i promocji najpopularniejszych wśród gości restauracji produktów. Dużą popularnością cieszyła się promocja „Poigraj z ogniem”, która promowała potrawy z grilla i uwzględniała a nie tylko popularne steki sieci Rode Drive, ale i nowe produkty z innych kategorii, w tym także desery. Dodatkowo oferta menu „Nowości Szeryfa”, z jedynym na rynku polskim i czeskim Blackened Burgerem została poszerzona i, zgodnie z oczekiwaniami, zdobyła uznanie wśród klientów. Nowe pozycje w menu, które zdobyły największą popularność wśród gości zostaną na stałe wprowadzone do oferty restauracji.

Obecnie restauracje Rodeo Drive operują w Warszawie, Wrocławiu, Poznaniu i Brnie.

2.2. Struktura przychodów

Pierwsze półrocze 2009 roku to kolejny okres wzrostu przychodów ze sprzedaży Grupy AmRest, wzrost ten wyniósł 105,8% (PLN 1 044 426 tys. w 2009 roku w porównaniu do PLN 507 582 tys. w roku 2008). Wysoka dynamika sprzedaży została osiągnięta głównie dzięki systematycznemu wzrostowi sprzedaży już istniejących restauracji w Europie oraz sprzedaży uzyskanej przez sieć restauracji Applebee's w Stanach Zjednoczonych, których wyniki po raz pierwszy skonsolidowane zostały w wynikach Grupy w trzecim kwartale 2008 roku. Sprzedaż restauracji w Stanach Zjednoczonych w okresie pierwszych sześciu miesięcy 2009 roku wyniosła PLN 413 356 tys.

Od początku 2009 roku restauracje działające w Stanach Zjednoczonych wygenerowały 39,6% całkowitej sprzedaży Grupy. W tym samym okresie, restauracje AmRest w Polsce wygenerowały 34,8% łącznej sprzedaży AmRest.

Tabela: Struktura sprzedaży AmRest według krajów

KRAJE	H1 2009		H1 2008	
	tys. zł	udział %	tys. zł	udział %
Polska	363 878	34,8%	320 805	63,2%
USA	413 356	39,6%	-	-
Czechy	141 649	13,6%	100 665	19,8%
Rosja	86 908	8,3%	60 554	11,9%
Pozostałe	38 635	3,7%	25 558	5,1%
Razem	1 044 426	100,0%	507 582	100,0%

Sezonowość sprzedaży oraz zapasów Grupy AmRest nie jest znaczna, co cechuje całą branżę restauracyjną. Na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej niższa sprzedaż jest osiągana przez restauracje w pierwszej połowie roku, co wynika głównie z mniejszej liczby dni sprzedaży w lutym oraz mniejszej liczby odwiedzin restauracji. Rynek Stanów Zjednoczonych charakteryzuje się wyższą sprzedażą w pierwszej połowie roku w porównaniu do drugiej połowy roku. Po okresie niższej sprzedaży w miesiącach letnich i lekkim ożywieniu związanym ze świętami, pierwsza połowa roku jest okresem wzmożonego ruchu, ze względu na wykorzystanie świątecznych kart upominkowych, kuponów promocyjnych oraz dużą liczbę dni wolnych i świąt.

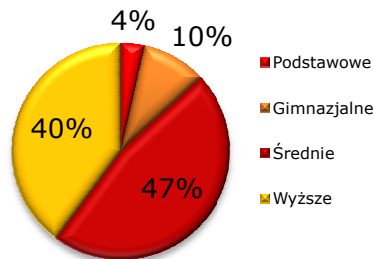
2.3. Nasi Goście

Produkty AmRest są kierowane do szerokiego grona indywidualnych klientów poprzez sieć własnych restauracji zlokalizowanych na terenie Polski, Czech, Węgier, Rosji, Serbii,

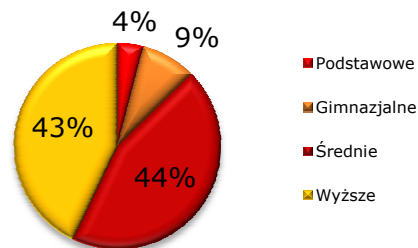
Bułgarii oraz Stanów Zjednoczonych, głównie w miastach lub ich okolicy. Poniższe wykresy przedstawiają profile odbiorców w zakresie wykształcenia, zawodu oraz płci w segmencie QSR i CDR na podstawie restauracji KFC AmRest i Pizza Hut AmRest działających na rynku polskim.

a) Wykształcenie

QSR (KFC Polska)

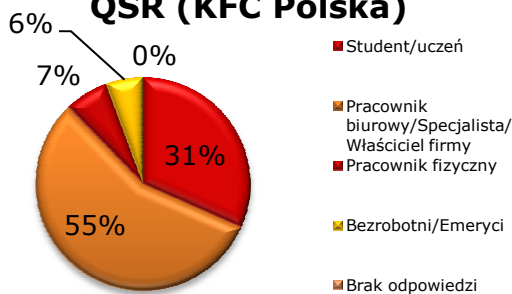


CD (PH Polska)

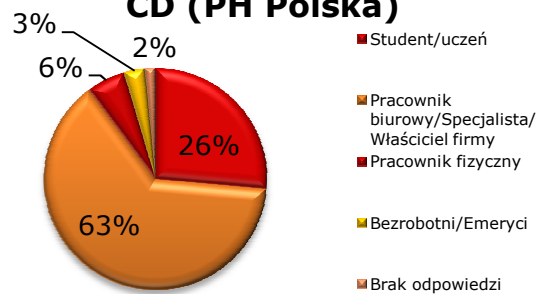


b) Zawód

QSR (KFC Polska)

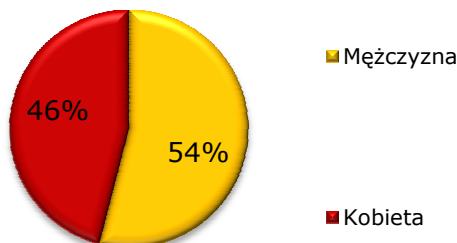


CD (PH Polska)



c) Płeć

QSR (KFC Polska)



ka)



2.4. Sieć dostawców

W pierwszej połowie roku 2009 indeks wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych w Europie znacznie przekroczył ogólną stopę inflacji głównie w wyniku wzrostu cen żywności. Ceny żywności w regionie (głównie w Polsce) wzrosły głównie ze względu na osłabienie się walut lokalnych i wzrost atrakcyjności eksportu oraz zmianę struktury zakupów, głównie w Europie Zachodniej, gdzie ze względu na recesję konsumenci zaczęli kupować więcej drobiu kosztem np. wołowiny.

Pomimo tej niekorzystnej sytuacji, udało się Grupie AmRest utrzymać ceny żywności i opakowań na niezmiennym poziomie, co było możliwe dzięki:

- zabezpieczeniu ryzyka kursu wymiany walut w przypadku produktów importowanych w roku 2009
- spadku cen sera oraz oleju ze spożywczego
- zwiększenie efektywności w sferze produkcji kurczaka poprzez wprowadzenie nowych technologii u głównych dostawców
- zwiększenie wartości zakupów żywności w Polsce przeznaczonych na rynek czeski, węgierski, bułgarski i rosyjski i ustalenie sztywnych cen w PLN.

Działania Grupy AmRest w drugiej połowie roku 2009 będą skoncentrowane na zwiększeniu efektywności w sferze produkcji kurczaka, optymalizacji decyzji zakupowych i rozwoju sieci dostawców i producentów żywności.



Lista największych dostawców firmy AmRest:

1. McLane – dystrybutor w Polsce
2. Agropol – dostawca wyrobów kurczaka w Czechach
3. Drobimex – dostawca wyrobów kurczaka w Polsce
4. Quantum Food LLC – dostawca wyrobów wołowiny kulinarnej w Stanach Zjednoczonych

5. Dachster E.S.T – dystrybutor w Czechach
6. Mayer Niemcy – produkty Burger King
7. Pepsi – Napoje
8. Vandermortele – shortening
9. Cargill – oleje w Stanach Zjednoczonych
10. Huhtamaki – opakowania

3. Osoby zarządzające i nadzorujące Spółką

3.1. Skład Zarządu i Rady Nadzorczej

W dniu 8 maja 2009 roku Członek Rady Nadzorczej AmRest, Pan Michael Tseytin, zrezygnował z pełnionej funkcji ze skutkiem na dzień 8 maja 2009 oraz bez podania przyczyny rezygnacji. Jednocześnie AmRest poinformował, że Skład Rady Nadzorczej zostanie uzupełniony w trakcie Roczno Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy tj. 22 maja 2009 roku (RB 24/2009).

W trakcie Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy AmRest, które odbyło się w dniu 22 maja 2009 roku, zostały podjęte uchwały dotyczące uzupełnienia składu Rady Nadzorczej poprzez powołanie na członka Rady Nadzorczej pana Leszka Kasperskiego. Uprzednio AmRest poinformował o otrzymaniu od jednego z akcjonariuszy Spółki, BZ WBK AIB Asset Management S.A., z siedzibą w Poznaniu, wniosku z kandydaturą pana Leszka Kasperskiego na Członka Rady Nadzorczej AmRest. Szczegóły znajdują się w RB 23/2009 z dnia 4 maja 2009.

Zarząd

W skład Zarządu AmRest wchodzi następujące osoby:

Wojciech Mroczyński

Jacek Trybuchowski

Rada Nadzorcza

W skład Rady Nadzorczej AmRest wchodzi następujące osoby:

Henry McGovern

Donald Macintosh Kendall Sr.

Donald Macintosh Kendall Jr.

Przemysław Aleksander Schmidt

Jan Sykora

Leszek Kasperski

4. Informacje istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej lub wyniku finansowego Spółki

4.1. Ważniejsze zmiany kadrowe

W ramach wzmocnienia działalności operacyjnej AmRest Holdings SE („AmRest”) i realizacji kolejnych kroków strategii Spółki, od stycznia 2009 roku w AmRest obowiązuje nowa struktura organizacyjna, która zakłada wyraźne wyszczególnienie dwóch obszarów: Quick Service Restaurants (QSR) i Casual Dining Restaurants (CDR). W związku z tą zmianą stanowisko QSR Chief Operating Officer, objął Drew O’Malley, dotychczasowy Dyrektor Zarządzający AmRest Coffee Sp. z o.o. (Starbucks). Jednocześnie Wojciech Mroczyński, dotychczas odpowiedzialny za długoterminową strategię operacyjną wszystkich marek restauracyjnych AmRest, objął stanowisko CDR Chief Operating Officer. Wojciech Mroczyński jest również Członkiem Zarządu AmRest.

4.2.Sytuacja finansowa i majątkowa Spółki

Tabela: Podstawowe dane finansowe AmRest (pierwsze półrocze w latach 2009-2007)

w tys. zł o ile nie podano inaczej	H1 2009	H1 2008	H1 2007
Przychody ze sprzedaży	1 044 426	507 582	364 660
Zysk operacyjny przed amortyzacją (tys. złotych EBITDA)	90 096	61 175	54 777
<i>Rentowność operacyjna z uwzgl. amortyzacji (marża EBITDA)</i>	<i>8,6%</i>	<i>12,1%</i>	<i>15,0%</i>
Zysk (strata) na działalności operacyjnej (tys. złotych)	36 450	32 306	32 230
<i>Rentowność operacyjna (marża EBIT)</i>	<i>3,5%</i>	<i>6,4%</i>	<i>8,8%</i>
Zysk (strata) brutto (tys. złotych)	32 396	32 049	30 723
<i>Rentowność brutto</i>	<i>3,1%</i>	<i>6,3%</i>	<i>8,4%</i>
Zysk (strata) netto (tys. złotych)	25 462	23 794	24 829
<i>Rentowność netto</i>	<i>2,4%</i>	<i>4,7%</i>	<i>6,8%</i>
Kapitały własne	413 971	294 914	184 091
<i>Stopa zwrotu z zainwestowanego kapitału własnego (ROE)</i>	<i>13,0%</i>	<i>16,0%</i>	<i>29,0%</i>
Suma bilansowa	1 129 100	649 811	339 862
<i>Stopa zwrotu z aktywów (ROA)</i>	<i>5,0%</i>	<i>8,0%</i>	<i>15,0%</i>

Definicje:

- rentowność operacyjna z uwzględnieniem amortyzacji – stosunek zysku operacyjnego przed amortyzacją (EBITDA) do przychodów ze sprzedaży;
- rentowność operacyjna – stosunek zysku operacyjnego do przychodów ze sprzedaży;
- rentowność brutto – stosunek zysku brutto do przychodów ze sprzedaży;
- rentowność netto – stosunek zysku netto do przychodów ze sprzedaży;
- stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE) – stosunek zysku netto do przeciętnych kapitałów własnych;
- stopa zwrotu z aktywów (ROA) – stosunek zysku netto do przeciętnego stanu aktywów.

Tabela: Analiza płynności (pierwsze półrocze w latach 2009-2007)

w tys. zł o ile nie podano inaczej	H1 2009	H1 2008	H1 2007
Aktywa obrotowe	177 710	102 852	65 230
Zapasy	19 763	9 691	8 671
Zobowiązania krótkoterminowe	259 640	172 567	85 227
<i>Wskaźnik płynności szybkiej</i>	<i>0,61</i>	<i>0,54</i>	<i>0,66</i>
<i>Wskaźnik płynności bieżącej</i>	<i>0,68</i>	<i>0,60</i>	<i>0,77</i>
Środki pieniężne	59 453	35 583	39 068
<i>Wskaźnik natychmiastowy</i>	<i>0,23</i>	<i>0,21</i>	<i>0,46</i>
<i>Wskaźnik rotacji zapasów (w dniach)</i>	<i>3,55</i>	<i>3,83</i>	<i>4,21</i>
Należności handlowe i pozostałe	69 885	29 763	10 412
<i>Wskaźnik rotacji należności handlowych (w dniach)</i>	<i>12,22</i>	<i>11,55</i>	<i>5,47</i>
<i>Wskaźnik (cykl) operacyjny (w dniach)</i>	<i>15,78</i>	<i>15,38</i>	<i>9,68</i>
Zobowiązania handlowe i pozostałe	235 374	116 257	75 679
<i>Wskaźnik rotacji zobowiązań handlowych (w dniach)</i>	<i>44,12</i>	<i>40,95</i>	<i>38,43</i>
<i>Wskaźnik konwersji gotówkowej (w dniach)</i>	<i>(28,35)</i>	<i>(25,57)</i>	<i>(28,75)</i>

Definicje:

- wskaźnik płynności szybkiej - stosunek majątku obrotowego pomniejszonego o zapasy do wartości zobowiązań krótkoterminowych;
- wskaźnik płynności bieżącej - stosunek majątku obrotowego do zobowiązań krótkoterminowych;
- wskaźnik natychmiastowy - stosunek stanu środków pieniężnych do stanu zobowiązań bieżących na koniec okresu;
- wskaźnik rotacji zapasów (w dniach) - stosunek średniej wysokości zapasów do przychodów ze sprzedaży pomnożonych przez liczbę dni danego okresu;
- wskaźnik rotacji należności handlowych (w dniach) - stosunek średniej wysokości należności handlowych do przychodów ze sprzedaży pomnożonych przez liczbę dni danego okresu;
- wskaźnik (cykl) operacyjny (w dniach) - suma cyklu rotacji zapasów oraz cyklu rotacji należności;
- wskaźnik rotacji zobowiązań handlowych (w dniach) - stosunek średniej wysokości zobowiązań handlowych do przychodów ze sprzedaży przez liczbę dni danego okresu;
- wskaźnik konwersji gotówkowej - różnica między wskaźnikiem (cyklem) operacyjnym a wskaźnikiem rotacji zobowiązań z tytułu dostaw i usług.

Tabela: Analiza zadłużenia (pierwsze półrocze w latach 2009-2007)

w tys. zł o ile nie podano inaczej	H1 2009	H1 2008	H1 2007
Aktywa obrotowe	177 710	102 852	65 230
Majątek trwały	951 390	546 959	274 632
Należności handlowe i pozostałe	69 885	29 763	10 412
Zobowiązania	715 129	354 897	155 771
Zobowiązania długoterminowe	455 489	182 330	70 544
Dług	456 888	209 773	67 894
<i>Udział zapasów w aktywach obrotowych (%)</i>	<i>11,1%</i>	<i>9,4%</i>	<i>13,3%</i>
<i>Udział należności handlowych w aktywach</i>	<i>39,3%</i>	<i>28,9%</i>	<i>16,0%</i>
<i>Udział środków pieniężnych w aktywach</i>	<i>33,5%</i>	<i>34,6%</i>	<i>59,9%</i>
<i>Wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym</i>	<i>0,44x</i>	<i>0,54x</i>	<i>0,67x</i>
<i>Wskaźnik ogólnego zadłużenia</i>	<i>0,63x</i>	<i>0,55x</i>	<i>0,46x</i>
<i>Wskaźnik zadłużenia długoterminowego</i>	<i>1,10x</i>	<i>0,62x</i>	<i>0,38x</i>
<i>Wskaźnik zobowiązań do kapitału własnego</i>	<i>1,7x</i>	<i>1,2x</i>	<i>0,8x</i>

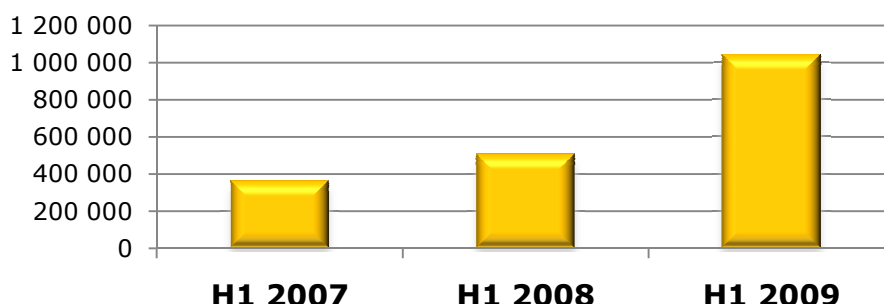
Definicje:

- Udział zapasów, należności handlowych, środków pieniężnych w aktywach obrotowych – stosunek odpowiednio zapasów, należności handlowych, środków pieniężnych do aktywów obrotowych;
- Wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym -- stosunek kapitału własnego do majątku trwałego;
- Wskaźnik ogólnego zadłużenia – stosunek zobowiązań i rezerw ogółem do wartości aktywów;
- Wskaźnik zadłużenia długoterminowego – stosunek zobowiązań długoterminowych do kapitału własnego;
- Wskaźnik zobowiązań do kapitału własnego – stosunek wartości zobowiązań i rezerw na koniec danego okresu do wartości kapitałów własnych;

Sprzedaż AmRest w pierwszym półroczu 2009 roku wyniosła PLN 1 044 426 tys. i wzrosła o 105,8% w porównaniu do pierwszej połowy 2008 roku. Wzrost sprzedaży został osiągnięty głównie dzięki sprzedaży uzyskanej przez sieć restauracji w Stanach Zjednoczonych i systematycznemu wzrostowi sprzedaży już istniejących restauracji w Europie. Przychody restauracji amerykańskich są uwzględniane w wynikach Grupy począwszy od trzeciego kwartału 2008 roku. Sprzedaż w Stanach Zjednoczonych w pierwszym i drugim kwartale wyniosła łącznie PLN 413 356 tys. Restauracje Spółki operujące w Europie osiągnęły w pierwszym półroczu sprzedaż w wysokości PLN 631 070 tys. – wzrost o 24,3% w porównaniu do pierwszej połowy roku 2008.

Przychody ze sprzedaży w pierwszej połowie roku w latach 2007-2009

(w PLN tys.)



Wynik sprzedaży w pierwszej połowie 2009 roku uwzględnia też pozytywny wpływ umocnienia się większości walut wobec PLN. W pierwszej połowie 2009 roku zaobserwowano umocnienie kursu dolara amerykańskiego do złotego (o około 47,1%), korony czeskiej do złotego (o około 18,9%) oraz rubla rosyjskiego do złotego (o około 6,3%), w porównaniu do analogicznego okresu w roku 2008.

Wartość zysku brutto na sprzedaży Grupy w pierwszym półroczu 2009 roku wyniosła PLN 94 214 tys. i wzrosła o 41,1% w porównaniu do pierwszego półrocza roku ubiegłego. Spadek marży zysku brutto na sprzedaży w pierwszej połowie 2009 roku w porównaniu do tego samego okresu roku 2008 spowodowany jest głównie skonsolidowaniem biznesu amerykańskiego, który posiada inną strukturę kosztów. W pierwszej Połowie 2008 roku wyniki biznesu amerykańskiego nie były konsolidowane. Działalność Grupy w Stanach Zjednoczonych charakteryzują wyższe, w odniesieniu do sprzedaży, koszty pracy oraz pozostałe koszty operacyjne, które nie były uwzględnione w roku poprzednim. Marża zysku brutto ze sprzedaży w USA wyniosła w pierwszej połowie 2009 roku 5,8% w porównaniu do 11,1% w Europie.

W pierwszej połowie 2009 roku Spółka zanotowała zysk na działalności operacyjnej w wysokości PLN 36 450 tys. Wynik ten obciążony jest dokonaniem jednorazowo odpisem aktualizującym wartość środków trwałych na kwotę około PLN 8 466 tys. Odpis ten dotyczy głównie nierentownych restauracji operujących w Europie. Dodatkowo, opisane powyżej dodanie biznesu amerykańskiego spowodowało spadek marży zysku z działalności operacyjnej w pierwszej połowie 2009 roku do 3,5% w porównaniu do 6,4% w analogicznym okresie roku 2008.

Marża EBITDA, w pierwszej połowie roku 2009 ukształtowała się na poziomie 8,6% w porównaniu do 12,1% w analogicznym okresie roku poprzedniego. Obniżenie marży związane jest głównie z kosztami wsparcia rozwoju nowych marek i nowych rynków w Europie (wprowadzenie nowych marek restauracyjnych, Burger King i Starbucks i ekspansja na nowe rynki) oraz dodaniem biznesu amerykańskiego, który charakteryzuje się relatywnie niższymi marżami.

W pierwszej połowie 2009 roku marża zysku EBITDA w Europie wyniosła 11,6% w porównaniu do 4,1% w Stanach Zjednoczonych. Najwyższa marża EBITDA została

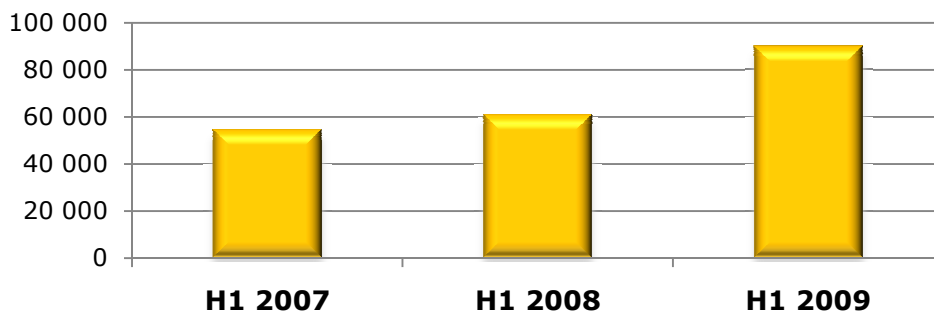
wygenerowana na podstawowych rynkach w Polsce i Czechach i wyniosła odpowiednio 14,7% i 10,9%.

W związku ze spodziewanym nabyciem pozostałych 20% udziałów w AppleGrove Holdings LLC Spółka dokonała przeszacowania związanego z tym zobowiązania. W rezultacie pozytywnej korekty tego zobowiązania przychody finansowe zostały zwiększone o kwotę PLN 11 736 tys. Dodatkowo, w pierwszym półroczu 2009 roku Spółka dokonała także ostatecznego odpisu z tytułu sprzedaży akcji Sfinks zakupionych w 2008 roku, odpis ten został uwzględniony w wynikach za pierwszy kwartał 2009 roku i wyniósł PLN 2 527 tys.

Skonsolidowany wynik netto w pierwszej połowie 2009 roku wyniósł PLN 26 316 tys. i wzrósł o 15,4% w porównaniu do analogicznego okresu roku 2008 (PLN 22 805 tys.)

EBITDA w pierwszej połowie roku w latach 2007 - 2009

(w PLN tys.)



Relatywne obniżenie poziomu zobowiązań krótkoterminowych wpłynęło na podwyższenie wskaźników płynności szybkiej i bieżącej, w porównaniu do końca pierwszego półrocza roku 2008. Wskaźniki te na koniec pierwszego półrocza 2009 roku wyniosły odpowiednio 0,61 oraz 0,68, w porównaniu do odpowiednio 0,54 oraz 0,60 na koniec pierwszego półrocza 2008 roku. Wskaźnik płynności natychmiastowej zwiększył się do poziomu 0,23 w porównaniu do 0,21 na koniec pierwszego półrocza 2008 roku.

Pomimo istotnego zwiększenia stanu zapasów na koniec pierwszego półrocza 2009 roku (wynikającego z dodania biznesu amerykańskiego) wskaźnik rotacji zapasów zmniejszył się nieznacznie (do 3,5 dnia w porównaniu do 3,8 dnia na koniec pierwszego półrocza 2008 roku). Nieznaczne poprawienie wskaźnika konwersji gotówki w porównaniu z końcem pierwszego półrocza 2008 roku rokiem pozwoliło Grupie jeszcze w większym stopniu finansować bieżącą działalność operacyjną kredytem kupieckim.

Powyższe wskaźniki płynności kształtują się na poziomach zapewniających niezakłóconą działalność operacyjną, a ich relatywnie niski poziom związany jest ze specyfiką branży restauracyjnej. Generowane na bieżąco nadwyżki środków pieniężnych pozwalają na płynną obsługę istniejącego zadłużenia oraz finansowanie planowanych wydatków inwestycyjnych.

Kapitał własny wzrósł z 294 914 tys. zł na koniec pierwszego półrocza roku 2008 do PLN 413 971 tys. na koniec pierwszej połowy 2009 roku. Wskaźnik długu do kapitałów własnych wzrósł – z 0,7 na koniec pierwszego półrocza 2008 roku do 1,1 na koniec pierwszego półrocza 2009 roku. Wskaźnik pokrycia długu netto zyskiem EBITDA osiągnął na koniec pierwszego półrocza 2009 roku poziom 2,2. Wzrost stanu zadłużenia na koniec pierwszego półrocza 2009 roku w porównaniu do końca pierwszego półrocza 2008 roku związany jest z dalszym dynamicznym rozwojem Grupy, który został w dużej mierze sfinansowany dodatkowymi kredytami bankowymi.

Suma bilansowa na dzień 30 czerwca 2009 roku wyniosła PLN 1 129 100 tys. i wzrosła o 73,8% w porównaniu ze stanem na koniec czerwca 2008 roku. Łączne zobowiązania Spółki wyniosły PLN 715 129 tys. i zwiększyły się o 101,5% w porównaniu z końcem czerwca 2008 roku.

4.3. Opis głównych inwestycji krajowych i zagranicznych

Tabela: Zakupy majątku trwałego w AmRest Holdings SE (pierwsze półrocze w latach 2008-2009)

Wartości w tys. zł		H1 2009	H1 2008
Aktywa niematerialne, w tym:			
	Znaki towarowe	-	-
	Korzystne umowy najmu	-	-
	Licencje do używania znaku Pizza Hut i KFC	2 475	2 231
	Wartość firmy	-	38 037
	Inne aktywa niematerialne	2 273	2 214
	Grunt	-	-
	Budynki	16 056	34 852
	Sprzęt	14 427	15 306
	Środki transportu	-	53
	Inne (uwzględniają środki trwałe w budowie)	27 967	12 881
	Razem	63 198	105 574

Ponoszone przez AmRest wydatki inwestycyjne dotyczą przede wszystkim budowy nowych restauracji oraz odbudowy i odtworzenia wartości środków trwałych w istniejących restauracjach. Wydatki inwestycyjne Spółki zależą przede wszystkim od liczby oraz typu otwieranych restauracji.

Inwestycje w roku 2009 były finansowane głównie z przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej oraz dodatkowych kredytów bankowych. W 2009 roku łączne wydatki kapitałowe AmRest wyniosły PLN 63 198 tys. Na kwotę tę składają się środki

wydatkowane na nabycia składników majątku trwałego w wysokości 58 594 tys. zł oraz wartości niematerialnych i prawnych w kwocie PLN 4 604 tys.

Tabela: Liczba restauracji AmRest Holdings SE

a) QSR

Stan na:		31.08.2009.	31.12.2008.	31.12.2007.
KFC	Polska	102	94	85
	Czechy	53	53	44
	Węgry	16	15	13
	Rosja	38	41	22
	Bułgaria	2	2	1
	Serbia	2	1	1
Freshpoint	Polska	7	7	7
Burger King	Polska	14	9	4
	Czechy	2	1	0
	Bułgaria	2	2	0
Starbucks	Polska	2	0	0
	Czechy	9	8	0
QSR Razem		249	233	177

b) CDR

Stan na koniec:		31.08.2009.	31.12.2008.	31.12.2007.
Pizza Hut	Polska	53	55	50
	Węgry	6	7	9
	Rosja	17	17	18
Rodeo Drive	Polska	3	3	3
	Czechy	1	1	1
Applebee's	USA	104	104	0
CDR Razem		184	187	81

c) Łącznie Grupa AmRest

	31.08.2009.	31.12.2008.	31.12.2007.
Otwarcia	26	170	72
Zamknięcia	13	8	11
Przyrost netto liczby restauracji	13	162	61
Łączna liczba restauracji	433	420	258

Na dzień 31 sierpnia 2009 roku AmRest prowadził łącznie 433 restauracje (420 na dzień 31 grudnia 2008). W okresie sprawozdawczym otwarto łącznie 23 restauracje, zamknięto 13.

Zamknięcia wynikały głównie z reorganizacji marki Pizza Hut w Polsce i konwersji Multi Brandu (restauracja KFC i PH działające w jednej lokalizacji) w samodzielne restauracje KFC oraz/lub Pizza Hut. Dodatkowo, w związku restrukturyzacją portfela rosyjskiego, anulowano jedną akwizycję w Moskwie oraz zamknięto jedną nierentowną restaurację, w wyniku czego liczba restauracji RostiksKFC w Rosji zmniejszyła się łącznie o 5.

Restauracje otwarte w omawianym okresie mieszczą się głównie w Polsce (19), a także w Rosji (3), Czechach (2), na Węgrzech (1) oraz w Serbii (1). Wśród otwartych w pierwszym półroczu restauracji znalazło się 11 marki KFC, 6 restauracji Burger King, 3 kawiarnie Starbucks oraz 3 restauracje sieci Pizza Hut AmRest.

4.4. Pozostałe informacje

W dniu 6 stycznia 2009 roku w związku z przekształceniem AmRest w Spółkę Europejską w dniu 19 września 2008 roku (RB 71/2008 z dnia 22 września 2008 roku) AmRest poinformował o przeniesieniu siedziby Spółki do Polski i zmianie statutu Spółki. Treść statutu została dołączona do RB 1/2009 z dnia 6 stycznia 2009 roku. AmRest jest pierwszą w Polsce spółką publiczną działającą w formie Spółki Europejskiej. Celem przekształcenia AmRest w Spółkę Europejską było zwiększenie efektywności funkcjonowania Spółki, tj. poprawienie transparentności AmRest oraz obniżenie kosztów operacyjnych i administracyjnych (RB 1/2009).

W dniu 24 marca 2009 roku sfinalizowana została warunkowa umowa sprzedaży wszystkich akcji Sfinks Polska S.A. („Sfinks”) będących w posiadaniu AmRest (łącznie 3 061 786 akcji po cenie PLN 9,95 za akcję). Pierwotne zamiary inwestycyjne wobec Sfinks nie mogły zostać zrealizowane na skutek faktycznej wyceny spółki, opartej na rzeczywistej kondycji Sfinks. Pełna ocena sytuacji spółki była możliwa po zmianach w organach zarządczych Sfinks, poprzedni Zarząd nie udzielił zgody na przeprowadzenie procesu Due Dilligence ze względu na równy dostęp wszystkich inwestorów do danych spółki notowanej na GPW. Sytuacja spółki była na tyle poważna, że w celu ochrony mienia spółki oraz interesów akcjonariuszy złożony został wniosek o upadłość przedsiębiorstwa z możliwością zawarcia układu. Pomimo chęci usprawnienia spółki wdrożenie planu naprawczego przygotowanego w oparciu o ekspertyzę i wieloletnie doświadczenie AmRest było niemożliwe ze względu na strukturę akcjonariatu. Jednocześnie, w związku z powyższym, brak było podstaw do akceptacji pierwotnej ceny akcji Sfinks (zgodnie z przepisami prawa cena akcji przy kolejnym wezwaniu cena akcji Sfinks wynosiłaby minimum PLN 19,41) gdyż niespełnione byłoby główne kryterium inwestycyjne AmRest (minimum 20% IRR). Decyzja o wycofaniu się z inwestycji w Sfinks uwzględniała częściowy zwrot zainwestowanego kapitału i umożliwienie pozostałym

udziałowcom poprawę krytycznej sytuacji spółki. W pierwszym kwartale 2009 roku dokonano ostatecznego odpisu aktualizującego związanego z transakcją z dnia 24 marca 2009 roku, odpis ten wyniósł PLN 2 527 tys. O szczegółach Zarząd AmRest informował w raportach bieżących i okresowych publikowanych przez Spółkę w 2008 i 2009 roku.

W dniu 8 kwietnia 2009 roku AmRest poinformował o otwarciu w Warszawie pierwszej kawiarni Starbucks w Polsce. Polska jest kolejnym rynkiem, na którym AmRest rozwija tę markę. W chwili obecnej AmRest operuje łącznie 11 kawiarniami Starbucks w Polsce i Republice Czeskiej (RB 20/2009).

W dniu 22 maja 2009 roku odbyło się Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy AmRest. Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% liczby głosów na walnym zgromadzeniu zostali wymienieni w RB 29/2009 z dnia 22 maja 2009 roku. Walne Zgromadzenie nie odstępowało od żadnego z punktów planowanego porządku obrad i powzięło uchwały w sprawie zatwierdzenia Sprawozdania Zarządu z działalności Spółki oraz grupy kapitałowej AmRest Holdings SE za rok obrotowy 2008, zatwierdzenia Sprawozdania Finansowego Spółki oraz skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego za rok obrotowy 2008, przeznaczenia zysku za rok obrotowy 2008 na podniesienie kapitału zapasowego Spółki, udzielenia absolutorium członkom Zarządu i Rady Nadzorczej z wykonania przez nich obowiązków w roku obrotowym 2008, zmiany w składzie Rady Nadzorczej, zatwierdzenia uchwały Zarządu AmRest Holdings Spółka Europejska z dnia 11 grudnia 2008 r. dotyczącej przyjęcia Międzynarodowych Finansowych Standardów Sprawozdawczości (IFRS) za rok obrotowy 2008. Pełna treść uchwał znajduje się w załączniku do RB 28/2009.

W dniu 30 czerwca 2009 AmRest poinformował o podpisaniu aneksu do Umowy Dystrybucji („Umowa”) z dnia 2 kwietnia 2003 roku zawartej pomiędzy AmRest Sp. z o.o. („AmRest Polska”) i McLane Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Błoniu („Dystrybutor”). Aneks wchodzi w życie z dniem podpisania. Zgodnie z aneksem przedłużony został okres trwania Umowy o dodatkowe 3 lata, tj. do dnia 1 sierpnia 2013 roku. Jednocześnie obie strony postanowiły, że dalsze przedłużenie okresu obowiązywania Umowy powinno zostać zawarte na piśmie do dnia 1 grudnia 2012 roku, w przeciwnym przypadku umowa wygaśnie automatycznie w dniu 1 sierpnia 2013. Przedmiotem aneksu, poza przedłużeniem okresu trwania Umowy, są dodatkowe usprawnienia w systemie obiegu faktur między AmRest Polska a Dystrybutorem, zmiany w sposobie ustalania opłaty dystrybucyjnej i włączenie do Umowy nowego podmiotu, AmRest Coffee Sp. z o.o. Celem powyższych zmian jest usprawnienie procesu dystrybucji towarów do restauracji AmRest Polska i optymalizacja kosztów dostaw (RB 32/2009).

W dniu 08 lipca 2009 roku AmRest został poinformowany przez Grove Ownership Holding LLC o chęci zrealizowania opcji sprzedaży pozostałych 20 % udziałów w AppleGrove Holdings LLC. Rozliczenie transakcji nastąpi do końca trzeciego kwartału.

Dnia 31 sierpnia 2009 roku AmRest, w nawiązaniu do Raportu Bieżącego RB 20/2007 z dnia 21 maja 2007 i 35/2007 z dnia 3 lipca 2007, poinformował, że akwizycja spółki OOO Pizza Nord (obecnie OOO AmRest Rosja) została ostatecznie rozliczona pomiędzy Michael Tseytin („Sprzedawca”) a AmRest. Rozliczenie objęło przekazanie przez Sprzedającego Promissory Note, na podstawie którego Sprzedający zobowiązuje się do zapłaty AmRest równowartość USD 9,0 milionów w ciągu 1 roku. Promissory Note jest zabezpieczony

poprzez Umowę Zastawu Akcji. Warunki finansowe Promissory Note nie odbiegają od powszechnie stosowanych dla tego typu umów. Dodatkowo, jako część rozliczenia została anulowana opcja zakupu przez Michaela Tseytin jednej z kluczowych lokalizacji RostiksKFC w St. Petersburgu (RB 37/2009).

5. Planowane działania inwestycyjne oraz ocena możliwości ich realizacji

AmRest będzie kontynuował ekspansję poprzez kombinację wzrostu organicznego na rynku Europy Środkowo-Wschodniej oraz przejęcia i akwizycje zarówno na rynku amerykańskim jak i Europy Środkowo-Wschodniej. Celem AmRest w Europie Środkowo-Wschodniej jest dalszy rozwój podstawowych marek Grupy, KFC i Pizza Hut, poprzez otwieranie nowych restauracji oraz zwiększenie sprzedaży w istniejących restauracjach; rozwijanie nowych marek – Burger King i Starbucks – oraz ekspansja regionalna, poprzez wchodzenie na nowe rynki w regionie. Strategia wzrostu na rynku amerykańskim oparta jest na dalszych akwizycjach w ramach marki Applebee's.

AmRest utrzymuje wysokie tempo wzrostu i otwiera kilkadziesiąt restauracji rocznie w Europie Środkowo-Wschodniej. W roku 2009 Spółka będzie kontynuować rozwój i planuje otworzyć w regionie łącznie około 50 restauracji. Większą część otwarć planowanych w bieżącym roku stanowią sprawdzone koncepty (KFC i Pizza Hut) i podstawowe rynki (Polska i Republika Czeska). Wszystkie otwarcia w Europie Spółka zamierza sfinansować z własnych środków – dodatnich przepływów pieniężnych generowanych wewnątrz przez istniejące restauracje AmRest. Plan nowych otwarć będzie na bieżąco dostosowywany do warunków rynkowych oraz możliwości pozyskiwania nowych atrakcyjnych lokalizacji w poszczególnych krajach. W 2009 roku AmRest bardzo restrykcyjnie i selektywnie podejmuje decyzje o alokowaniu swoich środków pieniężnych – celem jest osiągnięcie minimum 20% IRR na każdej inwestycji. Średni koszt otwarcia nowej restauracji AmRest w Europie Środkowo-Wschodniej różni się ze względu na lokalizację oraz typ restauracji i wynosi średnio PLN 2,3 mln.

Strategia wzrostu w Stanach Zjednoczonych zakłada rozwój poprzez kolejne akwizycje w ramach systemu Applebee's. W roku 2009 AmRest nie planuje kolejnych przejęć na rynku amerykańskim – niemniej potencjalna akwizycja nie jest wykluczona, w przypadku gdy pojawi się atrakcyjny cel i możliwość sfinansowania tej transakcji poprzez dług obcy.

Istotną część wydatków kapitałowych w całym roku 2009 Grupa AmRest zamierza przeznaczyć na nowe systemy informatyczne oraz na zintegrowanie posiadanych obecnie systemów. Główne projekty będą dotyczyły zakończenia wdrożenia nowego systemu sprzedażowego POS (Point of Sale), systemu ERP (Enterprise Resource Planning) oraz centralnego systemu raportowania BI (Business Intelligence). Celem wdrożenia nowych systemów informatycznych jest ujednoczenie systemów we wszystkich krajach oraz osiągnięcie większej automatyzacji procesów biznesowych. Zmiany te zwiększą wydajność oraz efektywność pracy w całej Grupie oraz usprawnią kontrolę i monitoring biznesu. Integracja oraz ulepszenie systemów informatycznych będzie podstawą do dalszej ekspansji i wzrostu AmRest.

Zarząd przewiduje, że rozwój długoterminowy będzie finansowany w większości poprzez środki własne oraz dodatkowe finansowanie zewnętrzne. Spółka nie wyklucza w najbliższych kilkunastu miesiącach zwiększenia finansowania dłużnego – w przypadku, gdy pojawi się atrakcyjna możliwość akwizycji (rozwój organiczny w 2009 roku w Europie będzie finansowany wyłącznie z własnych środków). W opinii Zarządu bezpiecznym poziomem zadłużenia jest wskaźnik Net Debt/EBITDA nie większy niż 3,5 (na koniec czerwca 2009 roku ten wskaźnik wyniósł dla Spółki: 2,2 Net Debt/EBITDA).

6. Zewnętrzne i wewnętrzne czynniki istotne dla rozwoju Spółki w roku 2009

W ocenie Zarządu AmRest do czynników mających istotny wpływ na przyszły rozwój Spółki oraz jej przyszłe wyniki należy zaliczyć:

a) czynniki zewnętrzne

- konkurencyjność – pod względem ceny, jakości obsługi, lokalizacji oraz jakości jedzenia;
- zmiany demograficzne, tendencję w zakresie liczby osób korzystających z restauracji oraz typu, a także liczbę i lokalizację restauracji konkurencji;
- zmiany w prawie oraz regulacjach mające bezpośredni wpływ na funkcjonowanie restauracji oraz zatrudnionych tam pracowników;
- zmiana kosztów wynajmu nieruchomości oraz kosztów pokrewnych;
- zmiana cen składników spożywczych wykorzystywanych przy sporządzaniu potraw oraz zmiana cen materiałów opakowaniowych;
- zmiany w ogólnej kondycji ekonomicznej Polski, Czech, Węgier, Bułgarii, Rosji, Serbii i Stanów Zjednoczonych oraz zaufania konsumentów, wysokości dochodu rozporzadzalnego oraz indywidualnych sposobów wydawania pieniędzy;
- pozyskiwanie źródeł finansowania;
- gwałtowne zmiany na rynku walutowym.

b) czynniki wewnętrzne

- pozyskanie i przygotowanie zasobów ludzkich niezbędnych do rozwoju istniejących i nowych sieci restauracyjnych;
- pozyskiwanie atrakcyjnych lokalizacji;

- skuteczność we wprowadzaniu nowych sieci restauracyjnych oraz produktów;
- zbudowanie zintegrowanego systemu informatycznego.

7. Podstawowe ryzyka i zagrożenia, na które narażone jest Spółka

Zarząd AmRest jest odpowiedzialny za system zarządzania ryzykiem i system kontroli wewnętrznej oraz za przegląd tych systemów pod kątem operacyjnej efektywności. Systemy te pomagają w identyfikacji oraz w zarządzaniu ryzykami, które mogą uniemożliwić realizację długoterminowych celów AmRest. Niemniej jednak istnienie tych systemów nie pozwala na całkowitą eliminację ryzyka oszustw oraz naruszenia prawa. Zarząd AmRest dokonał przeglądu, analizy oraz rankingu ryzyk, na które narażona jest Spółka. Podstawowe ryzyka i zagrożenia występujące aktualnie zostały podsumowane w tej sekcji. AmRest na bieżąco dokonuje przeglądu i usprawnia swoje systemy zarządzania ryzykiem oraz systemy kontroli wewnętrznej.

a) Czynniki pozostające poza kontrolą Spółki

Ryzyko to związane jest z wpływem czynników pozostających poza kontrolą Spółki na strategię rozwoju AmRest, której podstawą jest otwieranie nowych restauracji. Te czynniki to m.in.: możliwości znalezienia oraz zapewnienia dostępnych i odpowiednich lokalizacji restauracji, możliwości uzyskania w terminie wymaganych przez właściwe organy pozwoleń, możliwość opóźnień w otwieraniu nowych restauracji.

b) Uzależnienie od franczyzodawcy

AmRest zarządza restauracjami KFC, Pizza Hut, Burger King i Applebee's jako franczyzobiorca, w związku z czym wiele czynników i decyzji w ramach prowadzonej przez AmRest działalności zależy od ograniczeń lub specyfikacji narzucanych przez franczyzodawcę lub też od ich zgody.

Okres obowiązywania umów franczyzowych dotyczących marek KFC, Pizza Hut i Burger King, wynosi 10 lat. Spółce AmRest przysługuje opcja przedłużenia tego okresu o kolejne 10 lat pod warunkiem spełniania przez nią warunków zawartych w umowach franczyzowych oraz innych wymogów, w tym wniesienia odnośnej opłaty z tytułu przedłużenia. Okres obowiązywania umów franczyzowych dotyczących marki Applebee's wynosi 20 lat, z opcją przedłużenia o kolejne 20 lat – na podobnych warunkach jak w przypadku pozostałych marek AmRest.

Niezależnie od spełnienia powyższych warunków nie ma gwarancji, że po upływie tych okresów dana umowa franczyzowa zostanie przedłużona na kolejny okres. W przypadku restauracji KFC i Pizza Hut pierwszy okres rozpoczął się w 2000 roku, w przypadku restauracji Burger King pierwszy okres rozpoczął się w 2007 roku wraz z otwarciem pierwszej restauracji tej marki. W przypadku części restauracji Applebee's pierwszy okres

rozpoczął się w roku 2000. Dla pozostałej części restauracji Applebee's pierwszy okres rozpoczął się w 2008 roku.

c) Uzależnienie od partnerów joint venture

AmRest będzie otwierał restauracje Starbucks poprzez Spółki Joint Venture w Polsce, Czechach i na Węgrzech na zasadach partnerskich, w ramach umów joint venture. W związku z tym, niektóre decyzje w ramach wspólnie prowadzonej działalności będą uzależnione od zgody partnerów.

Umowy JV ze Starbucks zostały zawarte na okres 15 lat, z możliwością ich przedłużenia na okres dodatkowych 5 lat po spełnieniu określonych warunków. W przypadku, gdy AmRest nie dotrzyma zobowiązań dotyczących otwierania i prowadzenia minimalnej liczby kawiarni, Starbucks Coffee International, Inc. będzie miał prawo do zwiększenia swojego udziału w Spółkach Joint Venture poprzez nabycie udziałów od AmRest Polska po cenie uzgodnionej pomiędzy stronami na podstawie wyceny Spółek Joint Venture.

d) Brak wyłączności

Umowy franczyzowe, dotyczące prowadzenia restauracji KFC, Pizza Hut, Burger King i Applebee's nie zawierają postanowień o przyznaniu spółce AmRest jakichkolwiek praw wyłączności na danym terytorium, ochrony ani innych praw na terenie, obszarze lub rynku otaczającym restauracje AmRest. W praktyce jednak, w związku ze skalą działalności AmRest (między innymi rozwiniętą siecią dystrybucji), możliwość pojawienia się konkurencyjnego operatora (w stosunku do marek prowadzonych obecnie przez Spółkę), który byłby w stanie skutecznie konkurować z restauracjami Grupy AmRest jest relatywnie ograniczona.

W przypadku restauracji Starbucks spółki joint venture będą jedynymi podmiotami uprawnionymi do rozwijania i prowadzenia kawiarni Starbucks w Polsce, Czechach i na Węgrzech, z brakiem prawa wyłączności do niektórych instytucjonalnych lokalizacji.

e) Umowy najmu i ich przedłużenie

Prawie wszystkie restauracje AmRest działają w wynajmowanych obiektach. Większość umów najmu są to umowy długoterminowe, przy czym zwykle zawierane są one na okres przynajmniej 10 lat od daty rozpoczęcia najmu (przy założeniu wykonania wszystkich opcji przedłużenia, dokonywanego na określonych warunkach, a także bez uwzględnienia umów, które podlegają okresowemu wznowieniu, o ile nie zostaną wypowiedziane, i umów na czas nieokreślony). Wiele umów najmu przyznaje AmRest prawo do przedłużenia okresu obowiązywania umowy, pod warunkiem przestrzegania przez Spółkę warunków najmu. Niezależnie od przestrzegania takich warunków, nie ma gwarancji, że AmRest będzie w stanie przedłużać okres obowiązywania umów najmu na warunkach zadowalających z punktu widzenia praktyki handlowej. W wypadku braku takiej możliwości, potencjalna utrata istotnych lokalizacji restauracji może mieć niekorzystny wpływ na wyniki operacyjne AmRest i jej działalność.

Ponadto, w pewnych okolicznościach AmRest może podjąć decyzję o zamknięciu danej restauracji, a rozwiązanie odnośnej umowy najmu na efektywnych kosztowo warunkach może okazać się niemożliwe. Również taka sytuacja może mieć negatywny wpływ na działalność i wyniki operacyjne spółki. Zamknięcie którejkolwiek restauracji zależy od zgody franczyzodawcy, a nie ma pewności, że zgoda taka zostanie uzyskana.

W przypadku rosyjskich restauracji, przejętych przez AmRest w lipcu 2007 roku, średni okres umów najmu jest relatywnie krótszy w porównaniu do restauracji AmRest w pozostałych krajach. Wynika to ze specyfiki tamtejszego rynku.

f) Ryzyko związane z konsumpcją produktów żywnościowych

Preferencje konsumentów mogą zmienić się w związku z powstaniem wątpliwości co do walorów zdrowotnych kurczaków, będących głównym składnikiem w menu KFC, lub w wyniku niekorzystnych informacji rozpowszechnianych przez środki masowego przekazu na temat jakości produktów, chorób przez nie wywoływanych i szkód ponoszonych w wyniku korzystania z restauracji AmRest i z restauracji innych franczyzobiorców KFC, Pizza Hut, Burger King, Starbucks i Applebee's, a także w wyniku ujawnienia opracowanych przez rząd bądź dany sektor rynku niekorzystnych danych dotyczących produktów serwowanych w restauracjach AmRest i restauracjach innych franczyzobiorców KFC, Pizza Hut, Burger King, Starbucks i Applebee's, kwestii zdrowotnych oraz kwestii sposobu funkcjonowania jednej lub większej liczby restauracji prowadzonych tak przez AmRest, jak i konkurencję. Wyżej wspomniane ryzyko jest ograniczane poprzez wykorzystywanie w restauracjach AmRest najwyższej jakości składników – pochodzących od sprawdzonych i renomowanych dostawców, przestrzeganie surowych norm kontroli jakości i higieny oraz stosowanie najnowocześniejszych urządzeń i procesów zapewniających absolutne bezpieczeństwo potraw.

g) Ryzyko związane z ograniczeniami nałożonymi przez kredytodawców

Zgodnie z umowami kredytowymi zawartymi z bankami w ramach „Club Deal” grupa AmRest podjęła się przestrzegać pewnych ograniczeń w zakresie możliwości zaciągania pożyczek i kredytów, ponoszenia nakładów inwestycyjnych, udzielania zabezpieczeń oraz zbywania majątku, a także zobowiązała się utrzymywać określone wartości wskaźników finansowych. Istnieje możliwość, że przyjęcie tych zobowiązań istotnie ograniczy możliwości prowadzenia działalności przez AmRest w przyszłości, a ewentualne niespełnienie ich wymogów może skutkować koniecznością wcześniejszej spłaty transz zaciągniętych w ramach kredytu, co z kolei może mieć negatywny wpływ na kondycję finansową i wyniki działalności AmRest.

h) Ryzyko związane z rozwojem nowych marek

W styczniu 2008 roku AmRest Coffee otworzyło pierwszą kawiarnię Starbucks w Czechach. Ponadto od III kwartału 2008 roku Spółka konsoliduje wyniki restauracji Applebee's. Ponieważ są to dla AmRest całkiem nowe koncepty istnieje ryzyko związane z popytem na oferowane produkty oraz z ich przyjęciem przez konsumentów.

i) Ryzyko związane z otwarciem restauracji w nowych krajach

Otwarcia lub przejęcia restauracji operujących na nowym obszarze geograficznym i politycznym wiążą się z ryzykiem odmiennych preferencji konsumenckich, ryzykiem braku dobrej znajomości rynku, ryzykiem ograniczeń prawnych wynikających z uregulowań lokalnych jak również ryzykiem politycznym tych krajów.

j) Ryzyko walutowe

Wyniki AmRest narażone są na ryzyko walutowe związane z transakcjami w walutach innych niż waluta pomiaru operacji gospodarczych w poszczególnych spółkach Grupy Kapitałowej.

Oslabienie walut Europy Środkowo-Wschodniej w stosunku do EUR i USD, które w krótkim terminie może mieć wpływ na strukturę kosztów Spółki. Mimo zabezpieczenia większości ekspozycji walutowej związanej z dostawami surowców w 2009 roku Spółka nadal narażona jest na ryzyko kursowe związane z częścią istniejących umów najmu denominowanych w EUR i USD.

k) Ryzyko zwiększonych kosztów finansowych

W 2008 roku Spółka znacząco zwiększyła swoje zadłużenie. Zwiększone koszty finansowe wynikające z obsługi zadłużenia mogą powodować presję na marżę zysku netto.

l) Ryzyko spowolnienia gospodarek

Spowolnienie gospodarek Europy Środkowo-Wschodniej i Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej może mieć wpływ na wydatki na konsumpcję na tych rynkach, co z kolei może wpłynąć na wyniki restauracji AmRest operujących na tych rynkach.

m) Ryzyko sezonowości sprzedaży

Sezonowość sprzedaży oraz zapasów Grupy AmRest nie jest znaczna, co cechuje całą branżę restauracyjną. Na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej niższa sprzedaż jest osiągana przez restauracje w pierwszej połowie roku, co wynika głównie z mniejszej liczby dni sprzedaży w lutym oraz mniejszej liczby odwiedzin restauracji. W drugiej połowie roku restauracje generują wyższe przychody ze sprzedaży w związku ze wzmożonym ruchem turystycznym w trzecim kwartale roku oraz, tradycyjnie, wyższą liczbą wizyt klientów w okresie jesiennym. Dodatkowo, ostatnich miesiącach roku wyraźnie zaznacza się okres przedświąteczny, w którym szczególnie dobre wyniki osiągają restauracje zlokalizowane w centrach handlowych. Rynek Stanów Zjednoczonych charakteryzuje odwrotna zależność. Po okresie niższej sprzedaży w miesiącach letnich i lekkim ożywieniu związanym ze świętami, pierwsza połowa roku jest okresem wzmożonego ruchu, ze względu na wykorzystanie świątecznych kart upominkowych, kuponów promocyjnych oraz dużą liczbę dni wolnych i świąt.

n) Ryzyko zmiany preferencji nabywczych konsumentów

Potencjalnym czynnikiem mogącym mieć niekorzystny wpływ na wysokość sprzedaży jest zmiana preferencji konsumentów w związku z powstaniem wątpliwości co do walorów zdrowotnych kurczaków, będących głównym produktem sieci KFC. Nastąpić to może w wyniku niekorzystnych informacji, dotyczących spożywania drobiu oraz chorób przenoszonych przez drób, rozpowszechnianych przez środki masowego przekazu. Wyżej wspomniane ryzyko jest ograniczane poprzez wykorzystywanie w restauracjach AmRest najwyższej jakości składników – pochodzących od sprawdzonych i renomowanych dostawców, przestrzeganie surowych norm kontroli jakości i higieny oraz stosowanie najnowocześniejszych urządzeń i procesów zapewniających absolutne bezpieczeństwo potraw.

o) Ryzyko związane z wdrożeniem nowych systemów IT

Koszty związane z wdrożeniem nowych systemów IT krótkookresowo mogą wpłynąć negatywnie na wyniki Spółki. W długim okresie czasu jednak spodziewane korzyści wpłyną pozytywnie na rentowność Grupy.

8. Kierunki i strategia rozwoju Spółki

Strategią AmRest jest uzyskanie dominacji* w sektorach Quick Service Restaurants i Casual Dining Restaurants, poprzez przejęcia i akwizycje oraz prowadzenie markowych sieci restauracyjnych będących w stanie osiągnąć wymaganą skalę (minimalne roczne przychody ze sprzedaży USD 50 mln) oraz kryterium rentowności (stopa zwrotu IRR minimum 20%). AmRest, poprzez kulturę „Wszystko Jest Możliwe!”, dostarcza wyśmienite smaki oraz wyjątkową obsługę po przystępnej cenie.

* Dominacja rozumiana jako lider pod względem sprzedaży na danym rynku.

a) Europa Środkowo-Wschodnia

AmRest szacuje, że w zakresie marek obecnie prowadzonych przez Spółkę w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, dzisiejszy potencjał rynków, na których operuje, jest wielokrotnie wyższy od obecnie posiadanego portfela restauracji. Stąd Spółka planuje znacznie przyspieszyć swój wzrost. Do końca roku 2009 AmRest planuje 3 krotnie zwiększyć przychody ze sprzedaży w Europie Środkowo-Wschodniej (w porównaniu do roku 2006). AmRest będzie realizował swoją strategię w Europie Środkowo-Wschodniej poprzez kontynuację rozwoju istniejących marek w obecnych krajach, zwiększenie sprzedaży istniejących restauracji, wprowadzenie nowych marek i dalsze przejęcia w regionie.

W Europie Środkowo-Wschodniej AmRest w kolejnych latach planuje kontynuować wzrost w tempie około 20% rocznie pod względem wysokości przychodów ze sprzedaży. Planowane przyspieszenie wzrostu i znacznie zwiększona liczba otwarć nowych restauracji powodować będzie krótkoterminową presję na marżę zysku netto, związaną ze zwiększonymi kosztami finansowymi (wydatki związane z obsługą zadłużenia) oraz podwyższonymi jednorazowymi kosztami związanymi z otwieraniem nowych restauracji. Istotnym filarem rozwoju Grupy będzie również integracja oraz ulepszanie systemów informatycznych.

Spółka zamierza konsekwentnie kontynuować działania mające na celu zwiększenie wartości dla klienta. Poprzez dalsze doskonalenie obsługi klienta, oferowanie smacznych potraw przyrządzonych ze świeżych składników oraz wprowadzanie nowych produktów AmRest zamierza pogłębiać wśród klientów świadomość doskonałej relacji pomiędzy ceną a wartością usługi.

b) Stany Zjednoczone

Nabycie udziałów w spółce AppleGrove, operatorze 104 restauracji Applebee's w Stanach Zjednoczonych, to wejście AmRest na największy na świecie rynek restauracyjny oraz znaczne wzmocnienie ramienia Casual Dining Restaurants Spółki.

Strategia wzrostu na rynku amerykańskim zakłada przejęcia i konsolidację w ramach marki Applebee's. Naszym celem jest dalsze wykorzystanie bogatego doświadczenia kadry zarządzającej AppleGrove przy konsolidacji biznesu Applebee's oraz wykorzystanie potencjału marki Applebee's – największej na świecie sieci casual dining.

9. Oświadczenia Zarządu

9.1. Prawdziwość i rzetelność prezentowanych sprawozdań

Według najlepszej wiedzy Zarządu AmRest Holdings SE półroczne sprawozdanie finansowe i dane porównywalne zaprezentowane w półrocznym sprawozdaniu finansowym Grupy AmRest sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy AmRest oraz osiągnięty przez nią wynik finansowy. Zawarte w niniejszym dokumencie półroczne sprawozdanie Zarządu zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy AmRest, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

9.2. Wybór podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań

Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych – PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o., dokonujący przeglądu półrocznego skonsolidowanego sprawozdania Grupy AmRest, został wybrany zgodnie z przepisami prawa. Podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący przeglądu spełniali warunki konieczne do wyrażenia bezstronnego i niezależnego raportu z przeglądu, zgodnie z właściwymi przepisami.

Wrocław, 31 sierpnia 2009

Wojciech Mroczyński

AmRest Holdings SE

Członek Zarządu

Jacek Trybuchowski

AmRest Holdings SE

Członek Zarządu

Część II

Suplement do Sprawozdania Zarządu

Spis Treści:

1. Stanowisko Zarządu AmRest Holdings SE odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok	II-2
2. Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy AmRest Holdings SE na dzień przekazania raportu	II-2
3. Zmiana liczby posiadanych akcji lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółkę	II-3
4. Informacje o istotnych postępowaniach dotyczących AmRest Holdings SE lub spółek z Grupy Kapitałowej	II-3
5. Skład Grupy Kapitałowej	II-4
6. Kredyty i pożyczki w Grupie Kapitałowej	II-4
7. Informacje o zawarciu przez Spółkę lub jednostki zależne transakcji z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe	II-5
8. Informacje o udzieleniu przez AmRest Holdings SE lub spółki z Grupy Kapitałowej poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji	II-6
9. Informacje o dokonanych emisjach, wykupie i spłacie dłużnych papierów wartościowych	II-6
10. Informacja o wypłaconych dywidendach	II-6
11. Wyniki Grupy AmRest za drugi kwartał 2009	II-7

1. Stanowisko Zarządu AmRest Holdings SE odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok

Spółka nie publikowała prognozy wyników finansowych.

2. Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy AmRest Holdings SE na dzień przekazania raportu

Według informacji posiadanych przez Spółkę, na dzień przekazania raportu półrocznego, 31 sierpnia 2009 roku, następujący akcjonariusze przekazali informacje o posiadaniu bezpośrednio lub pośrednio (poprzez podmioty zależne) co najmniej 5% liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy AmRest:

Akcjonariusze	Liczba akcji	Udział w kapitale	Liczba głosów na WZA	Udział na WZA
BZ WBK AIB AM *	2 870 940	20,24%	2 870 940	20,24%
ING OFE	2 481 314	17,49%	2 481 314	17,49%
Henry McGovern **	1 348 010	9,50%	1 348 010	9,50%
Commercial Union OFE	1 000 000	7,05%	1 000 000	7,05%
Otwarty Fundusz Emerytalny PZU "Złota Jesień"	745 257	5,25%	745 257	5,25%

* BZ WBK AIB AM zarządza aktywami, w których skład wchodzi m.in. fundusze należące do BZ WBK AIB TFI (14,41% wg informacji AmRest)

** akcje posiadane bezpośrednio przez Henry McGovern oraz poprzez spółki całkowicie od niego zależne, tj. IRI oraz MPI

2.1. Opis zmian w akcjonariacie

Spółka, w okresie od ukazania się ostatniego raportu okresowego (raport za pierwszy kwartał roku 2009 opublikowany w dniu 15 maja 2009 roku) powzięła następujące informacje dotyczące zmian w strukturze akcjonariatu:

Dnia 7 lipca 2009 roku, w wyniku nabycia akcji na dzień 25 czerwca 2009 roku, Otwarty Fundusz Emerytalny PZU „Złota Jesień” („OFE PZU”) był posiadaczem 745 257 akcji AmRest, co stanowi 5,25% kapitału zakładowego Spółki i uprawnia do 745 257 głosów, tj. 5,25% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Przed zmianą fundusz OFE PZU posiadał 610 468 akcji AmRest, co stanowiło 4,30% kapitału zakładowego Spółki i uprawniało do 610 468 głosów, tj. 4,30% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki (RB 33/2009).

Dnia 8 lipca 2009 roku, w wyniku zbycia akcji na dzień 2 lipca 2009 fundusze zarządzane przez BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. („BZ WBK TFI”) stały się posiadaczami 2 044 828 akcji AmRest, co stanowi 14,41% kapitału zakładowego Spółki i uprawnia do 2 044 828 głosów, tj. 14,41% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Przed zmianą fundusze zarządzane przez BZ WBK TFI posiadały 2 131 828 akcji AmRest, co stanowiło 15,03% kapitału zakładowego Spółki i uprawniało do 2 131 828 głosów, tj. 15,03% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki (RB 34/2009).

2.2. Pozostałe informacje dotyczące akcjonariatu

Zarząd AmRest nie posiada żadnych informacji o umowach (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy.

Zarząd AmRest nie posiada informacji dotyczących posiadaczy papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do Spółki.

3. Zmiana liczby posiadanych akcji lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółkę

Zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami, w okresie od przekazania poprzedniego raportu kwartalnego (raport za pierwszy kwartał 2009 roku opublikowany w dniu 15 maja 2009 roku) nie nastąpiły zmiany w liczbie akcji AmRest oraz opcji na akcje będących w posiadaniu osób nadzorujących i zarządzających AmRest.

4. Informacje o istotnych postępowaniach dotyczących AmRest Holdings SE lub spółek z Grupy Kapitałowej

Na dzień przekazania sprawozdania, przed Sądem Apelacyjnym we Wrocławiu toczy się postępowanie na skutek złożonej dnia 9 lipca 2009 roku apelacji w związku z roszczeniami Tomasza Morawskiego wobec AmRest Polska sp. z o.o. („AmRest Polska”). Upřednio, Spółka informowała o oddaleniu przez Sąd Okręgowy we Wrocławiu powództwa Tomasza Morawskiego o zapłatę odszkodowania w wysokości PLN 59,4 mln w związku z niezakupieniem przez AmRest Polska pakietu akcji Sfinks Polska S.A. należących do Powoda (RB 15/2009, RB 30/2009).

W dniu 29 maja 2009 roku, w nawiązaniu do Raportu Bieżącego nr 15/2009 z 12 marca 2009 roku, AmRest poinformował, że w dniu 28 maja 2009 roku odbyła się pierwsza rozprawa w postępowaniu z powództwa Tomasza Morawskiego przeciwko AmRest Sp. z o.o. („AmRest Polska”), spółki w 100% zależnej od AmRest, o zapłatę odszkodowania w

wysokości PLN 59,4 mln. Na rozprawie Sąd Okręgowy we Wrocławiu wydał wyrok oddalający w całości powództwo Tomasza Morawskiego oraz zasądający koszty procesu na rzecz AmRest Polska. Wyrok był nieprawomocny.

5. Skład Grupy Kapitałowej

Aktualny skład Grupy Kapitałowej AmRest został przedstawiony w Części IV Raportu za Pierwsze Półrocze 2009 roku.

Biura Grupy Kapitałowej mieszczą się we Wrocławiu, w Polsce. Obecnie restauracje prowadzone przez Grupę Kapitałową są zlokalizowane w Polsce, Republice Czeskiej, na Węgrzech, w Rosji, w Serbii, w Bułgarii i USA.

6. Kredyty i pożyczki w Grupie Kapitałowej

Zestawienie wszystkich pożyczek udzielonych podmiotom powiązanym:

a) AmRest Holdings SE

Pożyczkobiorca	Waluta pożyczek	w tys. zł	
		Wartość udzielonych pożyczek wg umów*	Wartość pożyczek na dzień 30/06/2009**
American Restaurants s.r.o.	CZK	28 895	32 531

* przeliczone wg kursu NBP z dnia 30/06/2009

** razem z odsetkami naliczonymi do dnia 30/06/2009

b) AmRest Sp. z o.o.

Pożyczkobiorca	Waluta pożyczek	w tys. zł	
		Wartość udzielonych pożyczek wg umów*	Wartość pożyczek na dzień 30/06/2009**
American Restaurants EOOD	PLN	5 940	6 493
IFFP	PLN	985	1 240
AmRest LLC	USD	6 141	6 311

* przeliczone wg kursu NBP z dnia 30/06/2009

** razem z odsetkami naliczonymi do dnia 30/06/2009

7. Informacje o zawarciu przez Spółkę lub jednostki zależne transakcji z podmiotami powiązаныmi na warunkach innych niż rynkowe

7.1. Umowy z podmiotami powiązаныmi

W dniu 29 stycznia 2009 roku AmRest poinformował o podwyższeniu kapitału spółki zależnej AmRest Coffee s.r.o. („AmRest Coffee Czechy”). Kapitał AmRest Coffee s.r.o. został zwiększony o łączną kwotę CZK 45 000 000 w formie wkładu pieniężnego dokonanego przez AmRest Sp. z o.o. i Starbucks Coffee International Inc. Po tej zmianie struktura udziałowa spółki pozostaje niezmienną: AmRest Sp. z o.o. - 82%, Starbucks Coffee International Inc - 18% (RB 4/2009).

W dniu 22 maja AmRest poinformował o podwyższeniu kapitału spółki zależnej AmRest Coffee Sp. z o.o. („AmRest Coffee Polska”). Kapitał AmRest Coffee Polska został zwiększony o łączną kwotę PLN 7 500 000 w formie wkładu pieniężnego dokonanego przez AmRest Sp. z o.o. i Starbucks Coffee International Inc. Sąd we Wrocławiu zarejestrował zmianę wysokości kapitału w dniu 12 maja 2009 roku. Po rejestracji zmiany wysokość kapitału zakładowego AmRest Coffee Polska wynosi PLN 17 565 000. Po tej zmianie struktura udziałowa spółki pozostaje niezmienną: AmRest Sp. z o.o. - 82%, Starbucks Coffee International Inc (RB 27/2009).

W dniu 18 czerwca 2009 roku Zarząd AmRest poinformował o podwyższeniu kapitału spółki zależnej AmRest Coffee s.r.o. („AmRest Coffee Czechy”). Kapitał AmRest Coffee s.r.o. został zwiększony o łączną kwotę CZK 16 100 000 w formie wkładu pieniężnego dokonanego przez AmRest Sp. z o.o. i Starbucks Coffee International Inc. Sąd w Pradze zarejestrował zmianę wysokości kapitału w dniu 8 czerwca 2009 roku. Po rejestracji zmiany wysokość kapitału zakładowego AmRest Coffee s.r.o. wynosi CZK 240 104 000. Po tej zmianie struktura udziałowa spółki pozostaje niezmienną: AmRest Sp. z o.o. - 82%, Starbucks Coffee International Inc - 18% (RB 31/2009).

Dnia 24 lipca 2009 roku AmRest poinformował o otrzymaniu zawiadomienia od Członka Zarządu firmy zależnej AmRest, o transakcji sprzedaży przez SCM Sp. z o.o. („SCM”), w dniach 20-24 lipca 2009 roku, 19 689 akcji AmRest po średniej cenie PLN 54,08. Transakcja została zawarta w związku z tym, że począwszy od 6 października 2008 roku spółka AmRest Sp. z o.o. („AmRest Polska”) jest większościowym udziałowcem w spółce SCM. Właścicielem 100% udziałów w AmRest Polska jest AmRest. Zgodnie z Art. 363 Ust. 4 KSH na SCM ciążył obowiązek sprzedaży akcji AmRest w określonym czasie. Po tych transakcjach SCM nie posiada już żadnych akcji AmRest. Pełniący funkcję Członka Zarządu SCM posiada 44% udziałów w SCM. AmRest Polska jest właścicielem 51% udziałów w SCM. Wszystkie ww. transakcje zostały zawarte w notowaniach giełdowych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie (RB 36/2009).

8. Informacje o udzieleniu przez AmRest Holdings SE lub spółki z Grupy Kapitałowej poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji

W okresie objętym niniejszym sprawozdaniem AmRest nie udzielił poręczeń kredytów, pożyczek lub gwarancji, których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Spółki.

9. Informacje o dokonanych emisjach, wykupie i spłacie dłużnych papierów wartościowych

W pierwszym półroczu 2009 roku Spółka dokonała wykupu obligacji na łączną kwotę PLN 10 000 tys. Wykup obligacji jest związany z umową Emisji Obligacji pomiędzy AmRest Sp. z o.o. a ABN AMRO Bank (Polska) S.A. podpisaną w dniu 9 lipca 2008 roku (RB 60/2008).

10. Informacja o wypłaconych dywidendach

W okresie objętym sprawozdaniem nie wypłacono dywidend.

11. Wyniki Grupy AmRest za drugi kwartał 2009

Skonsolidowany rachunek zysków i strat za 3 miesiące kończące się 30 czerwca 2009 i 2008 r.

W tysiącach złotych polskich	Za 3 miesiące kończące się 30 czerwca 2009	Za 3 miesiące kończące się 30 czerwca 2008
Przychody z działalności restauracji	518 838	264 559
Koszty bezpośrednie działalności		
Koszty artykułów żywnościowych	(167 728)	(88 933)
Bezpośrednie koszty marketingu	(27 347)	(16 239)
Bezpośrednie koszty amortyzacji	(19 258)	(13 227)
Koszty wynagrodzeń oraz świadczeń na	(132 116)	(52 681)
Koszty opłat licencyjnych	(26 953)	(15 692)
Koszty najmu oraz pozostałe koszty	<u>(100 452)</u>	<u>(45 914)</u>
Koszty działalności restauracji razem	<u>(473 854)</u>	<u>(232 686)</u>
Zysk brutto na sprzedaży	<u>44 984</u>	<u>31 873</u>
Koszty ogólnego zarządu	(30 508)	(18 321)
Koszty amortyzacji (ogólnego zarządu)	(2 206)	(634)
Pozostałe przychody operacyjne	8 860	2 357
Zysk/(strata) ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych i aktywów przeznaczonych do sprzedaży	(927)	(675)
Aktualizacja wartości aktywów	<u>(8 467)</u>	<u>(804)</u>
Zysk z działalności operacyjnej	<u>11 736</u>	<u>13 796</u>
Koszty finansowe	(8 514)	(2 781)
Przychody finansowe	13 133	3 021
Udział w zyskach jednostek	(57)	220
(Strata) ze zbycia jednostek	<u>-</u>	<u>-</u>
Zysk przed opodatkowaniem	<u>16 298</u>	<u>14 256</u>
Podatek dochodowy	(1 160)	(4 582)
Zysk netto	<u><u>15 138</u></u>	<u><u>9 674</u></u>
Przypadający na:		
Udziały mniejszości	321	(476)
Akcjonariuszy jednostki dominującej	14 817	10 150
Podstawowy zysk na jedną akcję w	1,04	0,75
Rozwodniony zysk na jedną akcję w	<u>1,05</u>	<u>0,74</u>

Skonsolidowany śródroczny rachunek zysków i strat należy analizować łącznie z notami, które stanowią integralną część skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów za 3 miesiące kończące się 30 czerwca 2009 i 2008 r.

W tysiącach złotych polskich	Za 3 miesiące kończące się 30 czerwca 2009	Za 3 miesiące kończące się 30 czerwca 2008
Zysk netto	15 138	9 674
Pozostałe dochody całkowite:		
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek zagranicznych	33 013	(10 309)
Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży		
Zabezpieczenie przepływów pieniężnych	<u>9 098</u>	<u> </u>
Zyski na przeszacowaniu nieruchomości		
Zyski (straty) aktuarialne - plany określonych świadczeń	579	435
Udziały w pozostałych dochodach całkowitych jednostek stowarzyszonych	328	245
Podatek dochodowy dotyczący pozycji	(10 324)	2 311
Pozostałe dochody całkowite netto	<u>32 694</u>	<u>(7 318)</u>
Dochody całkowite razem	47 832	2 356
Zysk przypadający na:		
Akcjonariusze Spółki	14 817	10 150
Udziały mniejszości	<u>321</u>	<u>(476)</u>

Skonsolidowane śródroczne sprawozdanie z całkowitych dochodów należy analizować łącznie z notami, które stanowią integralną część skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Nota segmentowa

	Polska	Czechy	Rosja	USA	Nieprzy- pisane	Razem wg sprawozdania finansowego
<i>3 miesiące kończące się 30 czerwca 2009</i>						
Przychody ze sprzedaży – klienci zewnątrzni	186 027	73 330	44 313	195 495	19 673	518 838
Przychody ze sprzedaży – między segmentami	-	-	-	-	-	-
Zysk z działalności operacyjnej, wynik segmentu	13 895	(1 340)	(405)	3 039	(3 453)	11 736
Przychody finansowe	-	-	-	-	-	13 133
Koszty finansowe	-	-	-	-	-	(8 514)
Udział w zyskach jednostek stowarzyszonych	(57)	-	-	-	-	(57)
Podatek dochodowy	-	-	-	-	-	(1 160)
Zysk netto	-	-	-	-	-	15 138
Aktywa segmentu	352 800	159 976	239 872	298 576	77 053	1 128 277
Inwestycje w jednostkach stowarzyszonych	823	-	-	-	-	823
Aktywa razem						1 129 100
Zobowiązania segmentu	76 607	63 489	18 833	85 907	470 293	715 129
Zobowiązania razem						715 129
Amortyzacja środków trwałych	8 413	4 994	1 834	4 127	1 458	20 826
Amortyzacja wartości niematerialnych	744	178	(632)	199	149	638
Nakłady inwestycyjne	30 648	4 534	4 196	1 372	184	40 934
Odpis aktualizujący wartości aktywów trwałych	2 268	3 757	1 953	-	491	8 469
Odpis aktualizujący wartość należności handlowych	(2)	-	-	-	-	(2)

3 miesiące kończące się 30 czerwca 2008

	<i>Polska</i>	<i>Czechy</i>	<i>Rosja</i>	<i>USA</i>	<i>Nieprzy- pisane</i>	Razem wgspra- wozdania finansowego
Przychody ze sprzedaży – klienci zewnątrzni	166 998	52 212	31 990	-	13 359	264 559
Przychody ze sprzedaży – między segmentami	-	-	-	-	-	-
Zysk z działalności operacyjnej, wynik segmentu	17 235	(672)	514	-	(3 281)	13 796
Przychody finansowe	-	-	-	-	-	3 021
Koszty finansowe	-	-	-	-	-	(2 781)
Udział w zyskach jednostek stowarzyszonych	220	-	-	-	-	220
Podatek dochodowy	-	-	-	-	-	(4 582)
Zysk netto	-	-	-	-	-	9 674
Aktywa segmentu	231 121	116 455	218 770	-	80 621	646 967
Inwestycje w jednostkach stowarzyszonych	2 844	-	-	-	-	2 844
Aktywa razem						649 811
Zobowiązania segmentu	31 079	20 043	31 606	-	272 169	354 897
Zobowiązania razem						354 897
Amortyzacja środków trwałych	7 142	3 352	1 537	-	1 011	13 042
Amortyzacja wartości niematerialnych	609	101	176	-	(67)	819
Nakłady inwestycyjne	16 810	10 861	42 956	-	10 307	80 934
Odpis aktualizujący wartości aktywów trwałych	293	495	-	-	-	788
Odpis aktualizujący wartość należności handlowych	16	-	-	-	-	16

AmRest Holdings SE Raport za Pierwsze Półrocze 2009 Roku

Część III

1. Wybrane dane finansowe Grupy AmRest

III-2

1. Wybrane dane finansowe Grupy AmRest

Wybrane dane finansowe zawierające podstawowe pozycje śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego na dzień oraz za sześć miesięcy kończących się 30 czerwca 2009

w tys. PLN	Za 6 miesięcy kończących się 30 czerwca 2009 w tys. PLN	Za 6 miesięcy kończących się 30 czerwca 2008 w tys. PLN	Za 6 miesięcy kończących się 30 czerwca 2009 w tys. EURO	Za 6 miesięcy kończących się 30 czerwca 2008 w tys. EURO
Przychody ze sprzedaży	1 044 426	507 582	233 767	145 335
Zysk na działalności operacyjnej	36 450	32 306	8 158	9 250
Zysk brutto	32 396	32 049	7 251	9 177
Zysk netto	26 316	22 805	5 890	6 530
Zysk netto przypadający na udziały mniejszości	854	(989)	191	(283)
Zysk netto przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	25 462	23 794	5 699	6 813
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	45 155	39 250	10 107	11 238
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(29 783)	(95 210)	(6 666)	(27 261)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	4 296	43 719	962	12 518
Przepływy pieniężne netto, razem	19 668	(12 241)	4 402	(3 505)
Aktywa razem	1 129 100	613 173	252 618	182 808
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania razem	715 129	317 754	159 998	94 733
Zobowiązania długoterminowe	455 489	199 773	101 908	59 559
Zobowiązania krótkoterminowe	259 640	117 981	58 090	35 174
Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	393 215	290 257	87 975	86 535
Udziały mniejszości	20 756	5 162	4 644	1 539
Kapitał własny razem	413 971	295 419	92 619	88 074
Kapitał zakładowy	427	545	96	162
Średnioważona liczba akcji zwykłych (w szt.)	14 210 638	14 266 613	14 210 638	14 266 613
Podstawowy zysk na jedną akcję zwykłą (w zł/euro)	1,79	1,68	0,40	0,50
Rozwodniony zysk na jedną akcję zwykłą (w zł/euro)	1,79	1,67	0,40	0,50
Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję *	-	-	-	-

* W latach obrotowych 2009 i 2008 nie miały miejsca wypłaty z zysku lub wypłaty dywidendy

Aktywa i zobowiązania są przeliczane na PLN według kursu Narodowego Banku obowiązującego na dzień bilansowy. Przychody oraz koszty są przeliczane po kursie zbliżonym do kursu obowiązującego na dzień zawarcia transakcji.

Powyższe wybrane dane finansowe przeliczono na EURO według następujących zasad:

*aktywa i zobowiązania według średnich kursów Narodowego Banku Polskiego na odpowiedni dzień bilansowy

*poszczególne pozycje rachunku zysków i strat według kursów stanowiących średnią arytmetyczną kursów NBP, obowiązujących na ostatni dzień każdego zakończonego miesiąca poszczególnych kwartałów

AmRest Holdings SE Raport za Pierwsze Półrocze 2009 Roku

Część IV

Raport Audytora

**Raport niezależnego biegłego rewidenta
z przeglądu półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania
finansowego za okres od 1 stycznia 2009 r. do 30 czerwca 2009 r.**

dla Akcjonariuszy i Rady Nadzorczej AmRest Holdings Spółka Europejska

Przeprowadziliśmy przegląd załączonego półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej AmRest Holdings Spółka Europejska (zwanej dalej „Grupą”), w której jednostką dominującą jest AmRest Holdings Spółka Europejska („Jednostka dominująca”) z siedzibą we Wrocławiu przy Pl. Grunwaldzkim 25-27, obejmującego:

- (a) skonsolidowany bilans sporządzony na dzień 30 czerwca 2009 r., który po stronie aktywów oraz zobowiązań i kapitału własnego wykazuje sumę 1.129.100 tys. zł;
- (b) skonsolidowane zestawienie całkowitych dochodów za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2009 r. wykazujące dochód całkowity w kwocie 67.696 tys. zł;
- (c) skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2009 r. wykazujące zwiększenie kapitału własnego o kwotę 76.547 tys. zł;
- (d) skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2009 r. wykazujący wpływy pieniężne netto w kwocie 19.668 tys. zł;
- (e) informację dodatkową o przyjętych zasadach rachunkowości oraz inne informacje objaśniające.

Za sporządzenie zgodnego z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej zatwierdzonymi przez Unię Europejską dotyczącymi sprawozdawczości śródrocznej (MSR 34) półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego odpowiedzialny jest Zarząd Jednostki dominującej. Naszym zadaniem było przedstawienie raportu o tym półrocznym skróconym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym na podstawie dokonanego przeglądu.

Przegląd przeprowadziliśmy stosownie do obowiązujących na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej norm wykonywania zawodu biegłego rewidenta wydanych przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów. Normy te nakładają na nas obowiązek zaplanowania i przeprowadzenia przeglądu w taki sposób, aby uzyskać odpowiednią pewność, że półroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe nie zawiera istotnych nieprawidłowości. Przeglądu dokonaliśmy drogą analizy wyżej wymienionego półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego, przeglądu dokumentacji konsolidacyjnej oraz z wykorzystaniem informacji uzyskanych od Zarządu Jednostki dominującej i pracowników Grupy.



**Raport niezależnego biegłego rewidenta
z przeglądu półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania
finansowego za okres od 1 stycznia 2009 r. do 30 czerwca 2009 r.**

dla Akcjonariuszy i Rady Nadzorczej AmRest Holdings Spółka Europejska (cd.)

Zakres wykonanych prac był znacząco mniejszy od zakresu badania półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego, ponieważ celem przeglądu nie było wyrażenie opinii o prawidłowości i rzetelności półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Niniejszy raport nie stanowi opinii z badania półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego w rozumieniu Ustawy o rachunkowości z dnia 29 września 1994 roku (Dz.U. z 2002 r. Nr 76, poz. 694 z późniejszymi zmianami).

Dokonany przez nas przegląd nie wykazał potrzeby istotnych zmian w załączonym półrocznym skróconym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym tak, aby było ono zgodne z Międzynarodowym Standardem Rachunkowości 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa”.

Działający w imieniu PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. i przeprowadzający przegląd:



Marcin Sawicki
Członek Zarządu
Biegły Rewident
Numer ewidencyjny 11393



Spółka wpisana na listę podmiotów
uprawnionych do badania sprawozdań
finansowych pod numerem 144

Wrocław, 31 sierpnia 2009 r.