KOMENTARZ ZARZĄDU AMICA WRONKI S.A. DO RAPORTU ZA DRUGI KWARTAŁ 2005 r. PREZENTOWANEGO WEDŁUG POLSKICH STANDARDÓW RACHUNKOWOŚCI

I. Wstęp Prezesa Zarządu.

Drugi kwartał bieżącego roku podobnie jak pierwszy był nieporównywalny pod względem przychodów z analogicznym okresem roku ubiegłego. Na rynku krajowym obserwowaliśmy normalizację sezonowości gdzie pierwsze półrocze jest słabe, a wzrost popytu na wyroby branży AGD następuje w II półroczu roku. Oznacza to , że zdecydowanie większa część planowanego przez Spółkę zysku będzie realizowana właśnie w tym okresie.
W sytuacji, gdy na rynku polskim w II kwartale obserwowaliśmy słaby popyt, głównym kierunkiem sprzedaży stał się eksport, który wzrósł o ponad 17% w porównaniu z rokiem ubiegłym. Wysoka dynamika sprzedaży eksportowej jest konsekwencją rozwoju sieci dystrybucji w Europie Wschodniej. Przy takiej skali eksportu znaczący wpływ na końcowy wynik Amiki w tym roku będzie miała relacja PLN do EUR.
W dalszym ciągu były i będą kontynuowane przedsięwzięcia minimalizujące negatywny wpływ na wynik finansowy podwyżek cen komponentów oraz poprawiające strukturę finansowania i obniżanie poziomu zadłużenia.
Jestem przekonany, że realizowane obecnie działania będą nadal przynosiły pozytywne efekty.

Prezes Zarządu
Jacek Rutkowski

II. Najważniejsze informacje

1. Przychody Spółki Amica Wronki S.A. w II kwartale 2005 r. wyniosły 222 559 tys. zł, co stanowi 84,4% przychodów osiągniętych w II kwartale roku 2004.
2. Wysoką dynamiką charakteryzowały się przychody ze sprzedaży eksportowej, które liczone w Euro wzrosły o 17%,
3. Szczególnie dynamicznie Amica rozwija sprzedaż na rynkach wschodnich pod marką Hansa oraz na rynkach skandynawskich pod marką Gram, gdzie odnotowano wzrosty sprzedaży odpowiednio o 65% i o 55%.
4. Udział sprzedaży realizowanej pod własnymi markami w sprzedaży ogółem wzrósł w 2005 r. do 74% z 58% w ubiegłym roku.
5. Znaczącej poprawie w porównaniu z porównywalnym okresem roku ubiegłego uległa struktura bilansowa szczególnie w zakresie zadłużenia i płynności.
6. Kapitały własne Spółki wyniosły na dzień 30.06.2005 r. 310,7 mln zł i są najwyższe w historii Spółki.
7. Amica uzyskała wsparcie w kwocie 22 mln zł w ramach „Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw" dotyczące planowanych na lata 2005-2007 inwestycji i 0,7 mln zł na utworzenie nowych miejsc pracy.

III. Informacje dodatkowe

1.Zasady sporządzania raportu kwartalnego

Raport jednostkowy za II kwartał 2005 roku został sporządzony na podstawie ksiąg rachunkowych prowadzonych zgodnie z przepisami ustawy o rachunkowości z dnia 29.09.1994 roku wraz z późniejszymi zmianami i z uwzględnieniem aktów wykonawczych do tej ustawy. Zgodnie z przyjętą polityką rachunkowości Spółka stosuje zasadę ostrożnej wyceny, która umożliwia rzetelne i jasne odzwierciedlenie sytuacji majątkowej i finansowej jednostki. W zasadach rachunkowości stosowanych od 1 stycznia 2005 roku nie wystąpiły istotne zmiany w porównaniu z zasadami stosowanymi w roku poprzednim. Niniejszy raport został sporządzony przy założeniu kontynuacji działalności gospodarczej w możliwym do przewidzenia okresie i zgodnie z tą zasadą jest dokonana wycena pozycji bilansowych. Szczegółowe zasady rachunkowości przyjęte przez Spółkę zostały zaprezentowane w raporcie rocznym za 2004 rok.

2. Zmiana wielkości szacunkowych w okresie II kwartału 2005 roku.

Stan rezerw na zobowiązania w okresie sprawozdawczym zmniejszył się o 3.773 tys. zł, w tym:

- rezerwy na podatek dochodowy zmieniły się o 447 tys. zł.
  Wzrosły rezerwy z tytułu wyższej amortyzacji podatkowej o 599 tys. zł i jednocześnie nastąpiło zmniejszenie rezerwy w związku z rozliczeniem amortyzacji od środków trwałych objętych ulgami inwestycyjnymi o 150 tys. zł.

- pozostałe rezerwy długoterminowe obniżyły się o 2.301 tys. zł
  Zmniejszenie dotyczy rezerwy na naprawy gwarancyjne. Poziom ponoszonych kosztów rzeczywistych jest niższy od poziomu szacowanego w poprzednich okresach

- pozostałe rezerwy krótkoterminowe również się obniżyły, a poziom obniżki jest niższy i wynosi 1.929 tys. zł.
  Główne tytuły, na których wystąpiły zmiany to:
  zmniejszenie rezerw na wynagrodzenia o 2.512 tys. zł
  zwiększenie rezerwy na naprawy gwarancyjne o 692 tys. zł
  zwiększenie rezerwy na bonusy sprzedażowe 1.998 tys. zł
  zmniejszenie na koszty nie zafakturowane 987 tys. zł
  obniżka rezerwy na urlopy 1.090 tys. zł

Stan aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego zmniejszył się o 937 tys. zł. Pozycje, których wartość zmieniła się to:

- zmniejszenie rezerw na wynagrodzenia w związku z wypłatą 477 tys. zł
- również zmniejszenie rezerwy na naprawy gwarancyjne 306 tys. zł
- zmniejszenie odroczonego podatku w związku z rozwiązaniem rezerwy na niewykorzystane urlopy 207 tys. zł
- rozwiązanie aktywa na planowane koszty 179 tys. zł
- wzrost aktywa na bonusy sprzedażowe 262 tys. zł.

3. Odpisy aktualizujące wartość aktywów.

W okresie II kwartału Spółka dokonała odpisów aktualizujących wartość aktywów w wysokości 717 tys. zł, z tego na aktywach finansowych w jednostkach powiązanych 436 tys. zł oraz na aktywach niefinansowych / zapasach / 281 tys. zł.

4. Opis czynników i zdarzeń wpływających na osiągnięte wyniki finansowe.

1) Charakterystyka sprzedaży Amica Wronki S.A.

a) Sprzedaż krajowa.

- Rynek AGD w Polsce.

W drugim kwartale 2005 rynek AGD w Polsce odnotował spadek ilościowy rok do roku o 13,1% i wartościowy o 14,0%. Spadek ilości i wartości sprzedaży spowodowany był bardzo wysoką sprzedażą w kwietniu ubiegłego roku, kiedy to trwały wzmożone zakupy sprzętu AGD przed akcesją do UE. Wydarzenie to spowodowało znaczne zachwianie normalnej sezonowości rynku AGD w roku 2004, co nie pozwala na proste porównanie roku bieżącego z poprzednim. Aby lepiej ocenić sytuację w branży poniżej umieszczone zostały dodatkowe porównania z rokiem wcześniejszym. Sprzedaż ilościowa w drugim kw. 2005 w stosunku do roku 2003 wzrosła o 3,5%, a sprzedaż wartościowa o 8,4%. Trzeci kwartał powinien znacznie zmniejszyć różnice między rokiem 2005, a 2004.

- Sprzedaż Amiki na rynku polskim.

Biorąc pod uwagę zaburzenia sezonowości sprzedaży w 2004 roku, związane z zapowiedziami wzrostu podatku VAT na wyroby grzejne od 1 maja 2004 r. – co spowodowało znaczące przesunięcie popytu na I i II kwartał, porównujemy przychody ze sprzedaży krajowej w II kwartale 2005 do przychodów z II kwartału 2003 roku. Zakładamy przy tym, że sezonowość sprzedaży w 2005 roku będzie zbliżona do tej z 2003 r i lat wcześniejszych.

W drugim kwartale 2005 w stosunku do drugiego kwartału 2003 największe wzrosty sprzedaży Spółka odnotowała w chłodziarkach wolnostojących: 19,0% ilościowo i 24,7% wartościowo oraz w okapach: 10,6% ilościowo i 10,6% wartościowo. Największe spadki sprzedaży w tym okresie odnotowano w kuchniach wolnostojących: 34,5% ilościowo i 31,4% wartościowo oraz w piekarnikach do zabudowy: 14,2% ilościowo i 13,8% wartościowo. W drugim kwartale 2005 w stosunku natomiast do drugiego kwartału 2004 na większości grup asortymentowych nastąpiły spadki sprzedaży, co spowodowane jest wysoką bazą porównawczą jaką był nietypowy drugi kwartał 2004 (przesunięcie popytu z drugiej połowy roku). Największe spadki zanotowano w kuchniach wolnostojących: 34,1% ilościowo i 33,1% wartościowo, co w przypadku tej grupy asortymentowej jest spowodowane porównaniem do bardzo wysokiej sprzedaży w drugim kwartale 2004. Tak wysoka sprzedaż wywołana była planowanym wzrostem stawki VAT z 7% na 22%.

W drugim kwartale 2005 Amica zanotowała w stosunku do pierwszego kwartału wzrost sprzedaży wartościowej o 10,3%. Największe wzrosty zanotowały: chłodnictwo FS o 38,7%, zmywarki BI o 15,5% oraz pralnictwo o 13,7%. Największe spadki natomiast zanotowały: piekarniki o 13,1%.

Zmiana udziałów rynkowych w ujęciu wartościowym w okresach I i II kw 2005 wyniosła*:

Chłodnictwo FS	I kw 2005: 19,0%	/ II kw 2005: 19,9%	/ zmiana +0,9%
Kuchnie FS	I kw 2005: 31,3%	/ II kw 2005: 31,8%	/ zmiana +0,5%
Grzejnictwo BI	I kw 2005: 28,8%	/ II kw 2005: 23,2%	/ zmiana -5,6%
Pralnictwo FL	I kw 2005: 9,7%	/ II kw 2005: 11,3%	/ zmiana +1,6%
Okapy	I kw 2005: 28,6%	/ II kw 2005: 30,7%	/ zmiana +2,1%

Utrata udziałów rynkowych w grzejnictwie BI nastąpiła głównie w kanale studiów mebli kuchennych i spowodowana była brakiem pełnej oferty produktowej.
W trzecim kwartale Spółka będzie wprowadzała na rynek nowoczesną linię produktową dedykowaną specjalnie dla tego kanału dystrybucji co powinno znaleźć swoje odbicie we wzroście udziałów rynkowych.

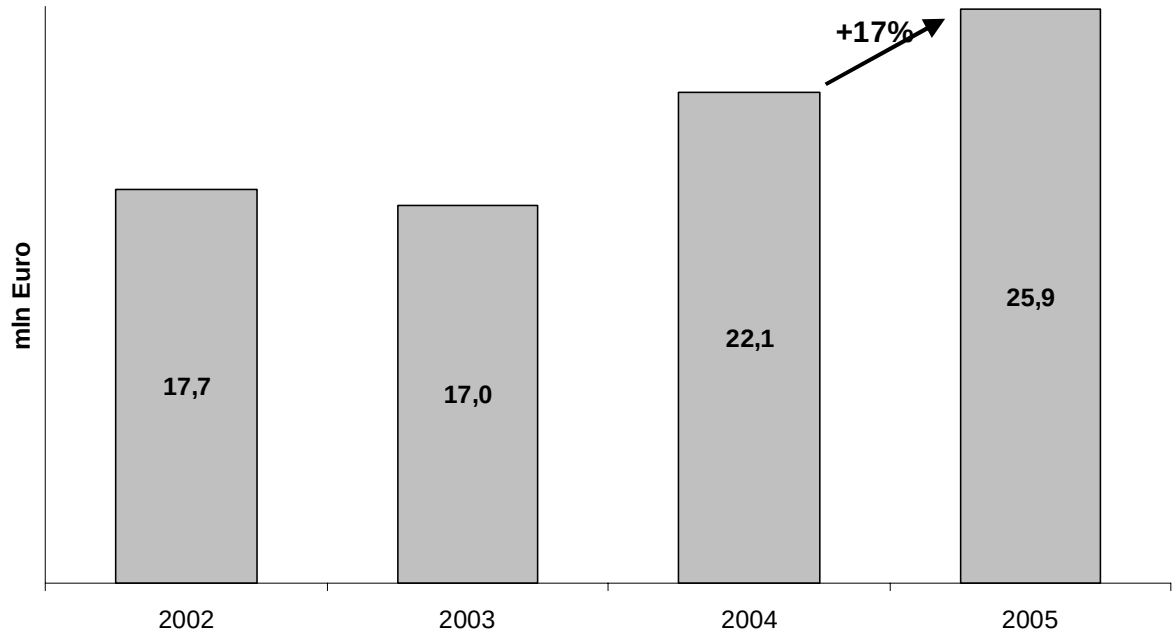
Oszacowano na podstawie posiadanych danych rynkowych

*Dane dotyczące rynku AGD nie obejmują kuchni mikrofalowych, zmywarek wolnostojących, zamrażarek skrzyniowych.

b) Sprzedaż eksportowa

Drugi kwartał 2005 roku Amica zamknęła sprzedażą eksportową na poziomie 25,9 mln Euro, odnotowując 17%-owy wzrost w porównaniu do drugiego kwartału 2004 r.
W doniesieniu do IIQ2003 r. sprzedaż eksportowa bieżącego roku jest wyższa aż o ponad 50%.

Sprzedaż eksportowa w II kwartale w latach 2002-2005



Znaczny wzrost rok do roku nastąpił w najważniejszym dla Amiki regionie, Europie Wschodniej (o 49%) gdzie sprzedaż jest realizowana pod własną marką „Hansa". Sprzedaż do krajów z tego regionu stanowiła w minionym kwartale 40% całości sprzedaży eksportowej. Wzrost ten najbardziej był widoczny w Rosji.

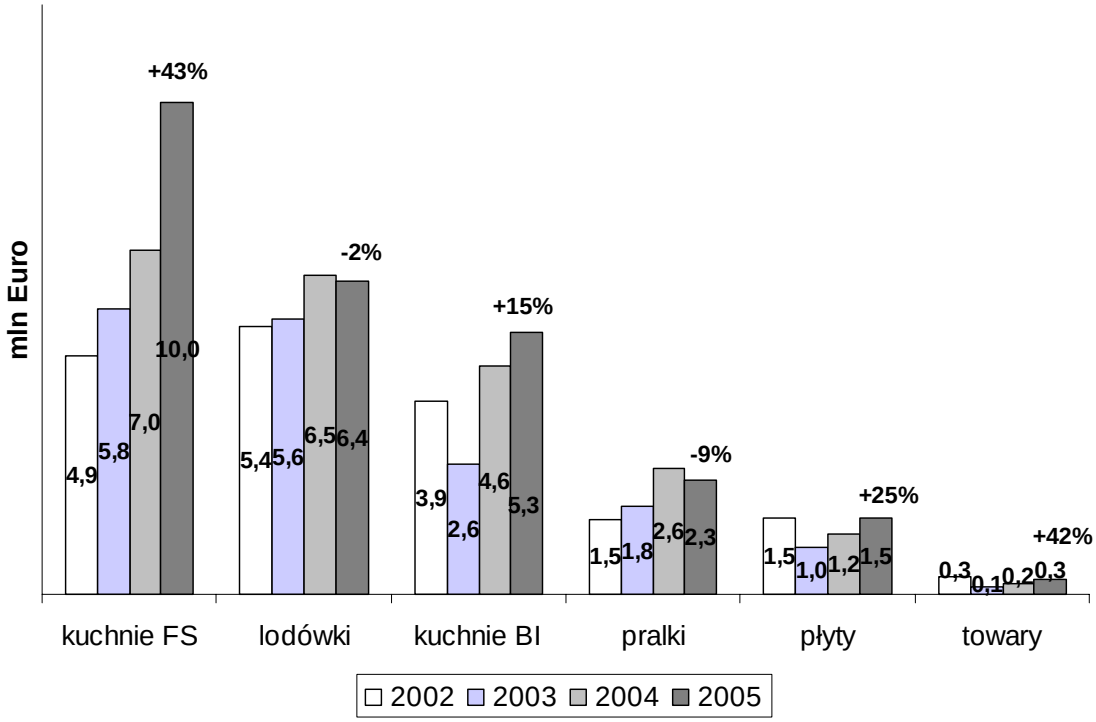
Jedną z głównych przyczyn tak wysokiego przyrostu sprzedaży w Europie Wschodniej jest konsekwentny rozwój sieci dystrybucji. Amica z powodzeniem koncentrowała się na umocnieniu swojej pozycji w największym regionie moskiewskim. Kolejnym krokiem jest rozwój w dalszych regionach Rosji i byłych republikach ZSSR (np. Kazachstan, Białoruś, Syberia). Oprócz tego wśród czynników sukcesu Amica w Rosji wymienić należy umacnianie własnej marki Hansa. Efektem jest wzrost liczby klientów, którzy wybierają wyroby z tą właśnie marką.

Największy wzrost rok do roku w drugim kwartale nastąpił w Europie Północnej (stanowiąca 29% eksportu)- sprzedaż wzrosła o 50%. W tym regionie motorem rozwoju jest należąca do Amiki duńska firma Gram. Spółka ta podpisała kontrakty z największymi sieciami w Skandynawii i konsekwentnie umacnia swoją wysoką pozycję na tym rynku. Bardzo dobrze rozwija się również współpraca z firmą Beha na rynku norweskim. Udział w rynku norweskim kuchni wolnostojących osiągnął poziom blisko 20%.

W regionie Europy Zachodniej szczególny nacisk położony jest na wzrost sprzedaży w Niemczech, ale także rozwój sprzedaży w Austrii i Szwajcarii. Planowane jest dalsze umacnianie kontaktów z dotychczasowymi klientami. Spółka nawiązała kontakty z kilkoma nowymi, perspektywicznymi partnerami.

Amica inwestuje również w sieć sprzedaży w Rumunii i Czechach i można się spodziewać, że sprzedaż w tych krajach będzie coraz wyższa.

Sprzedaż eksportowa w II kwartale w latach 2002-2005 (asortyment)



Zmiana obrotów na poszczególnych grupach produktowych wg ich udziału w całkowitym obrocie eksportu wynosiła:

- *Kuchnie FS* osiągnięty obrót w IIQ2005 10,0 mln EUR, co stanowi wzrost w porównaniu z rokiem 2004 o 43%; Największy wzrost miał miejsce w Europie Wschodniej (gł. Rosja i Ukraina) i Północnej (gł. Norwegia i Dania)
- *Kuchnie BI*: obrót 5,3 mln EUR, wzrost do roku 2004 o 15%. Wzrost również gł. w Rosji, Ukrainie i Norwegii. Amica oprócz umocnienia swojej dobrej pozycji w sprzedaży kuchni FS w tych krajach koncentruje się na rozwoju sprzedaży sprzętu BI.
- *Lodówki BI/FS*: obrót 6,4 mln EUR, spadek do roku 2004 o 2%. Spadek spowodowany gł. słabszą koniunkturą w Niemczech.
- *Pralki*: obrót 2,3 mln EUR, spadek do roku 2004 o 9%. Sprzedaż była niższa na skutek gorszej koniunktury na rynku pralek w Rosji.
- *Płyty*: obrót 1,5 mln EUR, wzrost do roku 2004 o 25%. Wzrost gł. w Rosji, Norwegii i Danii, a także na nowych dla Amica rynkach- Rumunia, Czechy, Izrael.
- *Towary*: obrót 300 tys. EUR, wzrost do roku 2004 o 42%. Obok rosnącej sprzedaży w Europie Wschodniej, dynamicznie rozwija się sprzedaż towarów w Rumunii i w Czechach.

Jednym z celów strategicznych Spółki jest zwiększanie sprzedaży pod własnymi markami. Udział sprzedaży produktów pod marką własną osiągnął w II kwartale 2005 r. 74% całości obrotów.

2) WYNIKI FINANSOWE

a. Rachunek zysków i strat.

Przychody i koszty	II kwartał 2005		II kwartał 2004		Różnica	Dynamika
	tys. zł	%	tys. zł	%		
kwoty w tys zł.	(1)	(2)	(3)	(4)	(1) - (3)	(1)/(3)
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	222 559	100,0	263 595	100,0	(41 036)	84,4
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	182 167	81,9	214 044	81,2	(31 877)	85,1
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	40 392	18,1	49 551	18,8	(9 159)	81,5
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	39 664	17,8	33 212	12,6	6 452	119,4
Zysk (strata) na sprzedaży	728	0,3	16 339	6,2	(15 611)	4,5
Wynik na poz. działalności operacyjnej	(1 124)	-0,5	(7 667)	-2,9	6 543	
Zysk (strata) z działalności operacyj.	(396)	-0,2	8 672	3,3	(9 068)	
Wynik na działalności finansowej	(4 044)	-1,8	(4 468)	-1,7	424	
Zysk (strata) brutto	(4 440)	-2,0	4 204	1,6	(8 644)	
Podatek dochodowy	(2 326)	-1,0	1 329	0,5	(3 655)	
Zysk (strata) netto	(2 114)	-0,9	2 875	1,1	(4 989)	

Komentując wyniki finansowe za II kwartał b.r. (podobnie jak za I kwartał tego roku) należy podkreślić, że:

- w II kwartale ub.r. na rynku krajowym mieliśmy do czynienia z wysoką dynamiką sprzedaży wyrobów AGD związaną z zapowiedziami wzrostu podatku VAT na wyroby

grzejne od 1 maja 2004 r. – co spowodowało znaczące przesunięcie popytu z drugiej połowy roku na pierwszą.

- w ubiegłym roku Amica Wronki S.A. odnotowała znaczące podwyżki cen surowców (w szczególności cen stali), które wykorzystywane są do produkcji wyrobów gotowych, na łączną kwotę 13 mln zł. Pierwsze podwyżki cen komponentów zanotowano począwszy od II kwartału ub.r.
- począwszy od 1 stycznia 2005 r. uległ zmianie system (model) współpracy ze spółką Amica International, która dotychczas była pośrednikiem w sprzedaży wyrobów produkowanych we Wronkach na rynki wschodnie (w tym do Rosji), ponosząc jednocześnie całe ryzyko z tym związane. Od tego roku sprzedaż na wschód jest realizowana bezpośrednio przez Amikę, co spowodowało m.in. zmianę formy prezentacji części kosztów klienta. Dotychczas umniejszały one cenę sprzedaży Amica Wronki S.A., natomiast w 2005 r. są wykazywane w kosztach ogólnego zarządu (wydatki marketingowe). Z tego tytułu koszty ogólno zakładowe wzrosły w porównaniu z ub.r. o kwotę 3,0 mln zł.

Powyższe fakty powodują, że nie można przeprowadzić prostego porównania wyników finansowych za II kwartał b.r. z porównywalnym okresem 2004 r.

W drugim kwartale 2005 roku przychody łączne ze sprzedaży Spółki wyniosły ponad 222,5 mln. zł. i były niższe o ok. 15% niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. W strukturze przychodów należy odnotować wysoką dynamikę sprzedaży eksportowej (+17% liczone w Euro i 3% w ujęciu PLN). W II kwartale (podobnie jak w pierwszym) udział eksportu w sprzedaży ogółem produktów był wyższy od krajowej i wyniósł 52% (43% w IIQ2004). Jeszcze większy udział eksportu zanotowano w I kwartale b.r. – 61%. Potwierdza to fakt, że sprzedaż eksportowa będzie w tym roku motorem napędowym Spółki.

W odniesieniu do sprzedaży eksportowej realizowanej w pierwszym półroczu b.r. należy zaznaczyć, że:

- Amica zwiększyła sprzedaż eksportową o 25% w porównaniu z II kwartałem ubiegłego roku,
- najbardziej dynamicznie rozwijała się sprzedaż kuchni wolnostojących (+46%), i kuchni do zabudowy (+39%),
- w najwyższym stopniu wzrosła sprzedaż na rynkach wschodnich (+56%) i na rynkach skandynawskich (+35%); na podkreślenie zasługuje również +9%-owy wzrost na rynku niemieckim.

Całość eksportu jest realizowana przez Spółkę w jednej walucie (Euro), podobnie jak większość zakupów importowych. Fakt ten ułatwia zarządzanie przepływami gotówkowymi wyrażonymi w walucie obcej. W II kwartale b.r. Spółka realizowała sprzedaż eksportową po kursie niższym (4,13) niż w ubiegłym roku (4,69). Skutkowało to (1) zmniejszeniem rentowności eksportu w stosunku do sprzedaży krajowej, (2) zmniejszeniem rentowności sprzedaży ogółem (wyższy udział eksportu w całkowitej sprzedaży). W celu zmniejszenia otwartej pozycji walutowej (eksporter netto) Spółka zawierała transakcje walutowe z terminem zapadalności od 3 do 9 miesięcy. Szacujemy, że w II półroczu b.r. kurs walutowy będzie kształtował się na poziomie z II kwartału. Wobec powyższego nie powinny nastąpić żadne dodatkowe negatywne skutki wynikające z umacniania się złotówki. Aktualnie prowadzone są prace nad polityką zabezpieczeń przepływów walutowych w dłuższym horyzoncie czasowym.

Sprzedaż krajowa w analizowanym okresie jest niższa o ok. 40 mln zł. w porównaniu z II kwartałem 2004 r. W uzasadnieniu przedmiotowej różnicy należy zaznaczyć, że:

- zrealizowana przez spółkę sprzedaż w miesiącu kwietniu ub.r. była najwyższa w całym roku pomimo tego, że normalnie sprzedaż w II kwartale każdego roku jest najniższa (zgodnie z tradycyjną sezonowością w branży AGD),
- wysoka sprzedaż w kolejnych miesiącach II kwartału 2004 r. (maju i czerwcu) była związana z uzupełnieniem stanów magazynowych w kanałach dystrybucyjnych.

Komentarz do rynku krajowego oraz do sprzedaży Amiki na rynku polskim został zamieszczony w pierwszej części opracowania.

W analizowanym okresie Spółka wypracowała ponad 40,4 mln zł. zysku brutto na sprzedaży, osiągając 18%-ową rentowność. Pomimo wzrastających w ubiegłym roku kosztów komponentów oraz zwiększającego się udziału sprzedaży eksportowej (która na tym poziomie jest mniej rentowna od sprzedaży krajowej), Spółce udało się zachować w/w rentowność na poziomie zbliżonym do II kwartału 2004 roku.

Wyższe koszty sprzedaży i ogólnego zarządu (+6 mln zł.) są wynikiem wzrostu kosztów marketingowych związanych głównie z realizacją kampanii reklamowej w telewizji oraz promocji regionalnych w kraju i za granicą (promocja marki Amica i Hansa). Efektem tego jest niższa rentowność na poziomie zysku na sprzedaży w II kwartale 2005.

Korzystniejszy wynik na pozostałej działalności operacyjnej, jest głównie wynikiem dalszej poprawy jakości sprzedawanych wyrobów (na rynku krajowym i skandynawskim), co skutkuje niższymi kosztami napraw gwarancyjnych. W II kwartale b.r. Amica otrzymała bonusy zakupowe od dostawców komponentów za I półrocze na łączna kwotę 1,7 mln zł.

Poprawa salda na działalności finansowej wynika głównie z korzystnych efektów transakcji zabezpieczających przed ryzykiem walutowym, niższych kosztów obsługi długu oraz z tytułu otrzymania od spółki Sidegrove Holdings Ltd dywidendy za 2004 r. w kwocie 1 mln zł.

W tym roku podobnie jak w poprzednich latach (za wyjątkiem 2004 r.) większość planowanego przez Spółkę zysku będzie realizowana w II połowie roku i wynika to głównie z powrotu do „normalnej" sezonowości na krajowym rynku, na którym w tym okresie popyt wzrasta.

b) Bilans Amica Wronki S.A.

AKTYWA	Stan na 30.06.2005		Stan na 30.06.2004		Różnica
	tys. zł	udział %	tys. zł	udział %	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(2)/(4)
A. Aktywa trwałe	**403 836**	**53,8**	**393 651**	**55,9**	**10 185**
1.Wart. niemater. i prawne	10 019	1,3	12 274	1,7	-2 255
3.Rzeczowe aktywa trwałe	307 223	40,9	304 104	43,2	3 119
4.Inwestycje długoterminowe	77 043	10,3	67 032	9,5	10 011
5.Długoterminowe RMK	9 551	1,3	10 241	1,5	-690
B. Aktywa obrotowe	**347 016**	**46,2**	**311 151**	**44,1**	**35 865**
1.Zapasy	93 884	12,5	102 172	14,5	-8 288
2.Należności krótkoterminowe	245 003	32,6	203 672	28,9	41 331
3.Inwestycje krótkoterminowe	4 696	0,6	4 061	0,6	635
4.Krótkoterminowe RMK	3 433	0,5	1 246	0,2	2 187
RAZEM AKTYWA	**750 852**	**100,0**	**704 802**	**100,0**	**46 050**

AKTYWA	Stan na 30.06.2005		Stan na 30.06.2004		Różnica
	tys. zł	udział %	tys. zł	udział %	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(2)/(4)
A. Kapitał własny, w tym:	**310 691**	**41,4**	**272 291**	**38,6**	**38 400**
1. Kapitał zakładowy	17 475	2,3	17 475	2,5	0
2. Akcje własne	-23 288	-3,1	-43 894	-6,2	20 606
3. Kapitał zapasowy	309 313	41,2	279 331	39,6	29 982
4. Kapitał z aktualizacji wyc.	19 501	2,6	21 819	3,1	- 318
5. Zysk/Strata z lat ubiegłych	-18 223	-2,4	-17 861	-2,5	-362
6. Zysk/Strata netto	5 913	0,8	15 421	2,2	-9 508
B. Zobowiązania i rezerwy	**440 161**	**58,6**	**432 511**	**61,4**	**7 650**
1. Rezerwy na zobowiązania	48 112	6,4	43 033	6,1	5 079
2. Zobowiązania długoterminowe	113 375	15,1	106 834	15,2	6 541
3. Zobowiązania krótkoterminowe	278 294	37,0	282 203	40,0	-3 909
4. Rozliczenia MK	380	0,1	441	0,1	-61
RAZEM PASYWA	**750 852**	**100,0**	**704 802**	**100,0**	**46 050**

W ciągu ostatnich 12 miesięcy Spółka dążyła do obniżenia poziomu zadłużenia oraz do poprawy struktury finansowania aktywów. Poziom zadłużenia Spółki spadł rok do roku z poziomu 61% do 59%, natomiast zadłużenie kapitału własnego ze 159 % do 142%. W tym samym okresie suma bilansowa wzrosła o 46 mln zł. Oznacza to, że przyrost aktywów w większości finansowany był kapitałem własnym. Kapitał własny Spółki wzrósł w tym czasie o ponad 38 mln zł. Wiązało się to po pierwsze z decyzją akcjonariuszy o zatrzymaniu na kapitale zapasowym zysku wypracowanego w 2004 roku (29,5 mln zł) oraz po drugie ze sprzedażą akcji własnych, będących w posiadaniu spółki zależnej Sidegrove Holding Ltd.(20,6 mln zł).

Spółka zwiększyła od 30 czerwca 2004 roku udział kapitału stałego w finansowaniu aktywów z 57% do 59%. Pierwszą przyczyną tej poprawy był, opisany powyżej, przyrost kapitału własnego, natomiast drugą utrzymanie na stabilnym poziomie finansowania obcym kapitałem długoterminowym. Nowe inwestycje jak: budowa magazynu wyrobów gotowych oraz odnowa linii grzewczej finansowane są długoterminowymi kredytami inwestycyjnymi o 7-letnim terminie spłaty.

Zmiana modelu współpracy z Amica International skutkowała również skróceniem terminów zapłaty za zobowiązania wobec dostawców komponentów, które do końca ubiegłego roku były kupowane za pośrednictwem Amica International (AI). Pomimo tego, że AI regulowała swoje zobowiązania wobec przedmiotowych dostawców w terminach od 30 do 60 dni odsprzedawała je Amica Wronki SA z 60-dniowym terminem płatności (udzielała kredytu kupieckiego). Począwszy od 1 stycznia tego roku Amica Wronki SA sprowadza większość z tych komponentów bezpośrednio od dostawców na warunkach, takich samych jak wcześniej Amica International. Skutkiem tego jest skrócenie poziomu rotacji zobowiązań handlowych z 68 do 62 dni. Oznacza to konieczność zwiększania limitów kredytów obrotowych w celu finansowania rosnących aktywów Spółki. Jednak przy obecnej tendencji spadku stóp procentowych w Polsce (stopa referencyjna NBP wynosi obecnie 4,75% przy 6% rok wcześniej) mniej odczuwalny jest wzrost kosztu finansowania.

Wspomniany już powyżej wzrost sumy aktywów miał dwie podstawowe przyczyny. Pierwszą z nich była zmiana formy prezentacji udziałów w Spółce zależnej Sidegrove Holding Ltd., po sprzedaży przez nią akcji Amica Wronki S.A. Udziały w tej spółce, które do tej pory

prezentowane były w kapitale własnym jako „Akcje własne do zbycia", po sprzedaży akcji Amica Wronki S.A. powiększyły początkowo wartość inwestycji krótkoterminowych o 20,6 mln zł, po czym część z nich na kwotę 10 mln umorzono. Po drugie Spółka dokonując inwestycji w majątek rzeczowy podniosła jego wartość netto w ciągu ostatniego roku o 3 mln zł.

Po stronie aktywów obrotowych o ponad 40 mln zł. zwiększyły się należności krótkoterminowe. Wzrost ten nastąpił wskutek okresowego wydłużenia terminów płatności. Podobny efekt pod kątem terminów spływu należności dało przejęcie od Amica International części rynków eksportowych. W poprzednich warunkach biznesowych Amica International regulowała swoje zobowiązania wobec Amica Wronki S.A. wcześniej niż czynili to wobec niej jej odbiorcy. Przyrost należności handlowych zneutralizowano częściowo zmniejszeniem stanów magazynowych o kwotę 8 mln zł.

Jednym z podstawowych celów w tym roku jest dalsza poprawa struktury finansowania aktywów. Realizując ten cel Spółka utrzymywała wskaźnik ogólnej płynności powyżej 1,0 (wzrósł on rok do roku z 1,02 do 1,12). W tym samym czasie kapitał obrotowy netto zwiększył się z 6,8 mln do 38,3 mln. W kolejnych dwóch kwartałach tego roku Amica Wronki S.A. będzie dążyła do dalszej poprawy sytuacji bilansowej i płatniczej.

c) Analiza wskaźnikowa

Wskaźniki rentowności

Wskaźniki rentowności (zyskowności) mierzą zdolność Spółki lub też jej poszczególnych składników majątkowych oraz kapitałów do generowania zysku.

Nazwa Wskaźnika	Formuła obliczeniowa	Dla drugiego kwartału 2005	Dla drugiego kwartału 2004
Rentowność brutto na sprzedaży	Zysk brutto na sprzedaży / przychody ze sprzedaży	18,1%	18,8%
Rentowność operacyjna	Zysk operacyjny / Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	-0,2%	3,3%
Rentowność sprzedaży brutto	Wynik finansowy brutto * 100 % / Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	-2,0%	1,6%
Rentowność sprzedaży netto	Wynik finansowy netto * 100% / Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	-0,9%	1,1%

Wskaźnik rentowności brutto na sprzedaży został zrealizowany na poziomie zbliżonym do II kwartału 2004 r. Spadkowi uległy wskaźniki na niższych poziomach wyników finansowych z powodów podanych w komentarzu do Rachunku Zysków i Strat.

Wskaźniki płynności finansowej

Wskaźniki płynności finansowej pozwalają ocenić, czy Spółka posiada wystarczające zasoby finansowe do spłacenia swoich zobowiązań krótkoterminowych.

Wskaźniki Płynności Finansowej				
Nazwa Wskaźnika	**Formuła obliczeniowa**	**Wartość pożądana**	**Stan na 30.06.2005 roku**	**Stan na 30.06.2004 roku**
Wskaźnik płynności ogólnej	Majątek obrotowy/ Zobowiązania krótkoterminowe	1,6 - 2,0	1,12	1,02
Szybka płynność	(majątek obrotowy – zapasy) / zobowiązania krótkoterminowe	0,8 – 1,0	0,82	0,69
Szybkość obrotu należnościami (w dniach)	Stan należności handlowych * upływ czasu / Sprzedaż netto	-	89	65
Szybkość obrotu zob. z tytułu dostaw (w dniach)	Stan zobowiązań handlowych * upływ czasu / koszty operacyjne	-	62	68
Wskaźnik rotacji zapasów w dniach	Stan zapasów * upływ czasu / koszty operacyjne	-	44	44

W II kwartale 2005 nastąpiła znaczna poprawa wskaźników płynności. Wskaźnik płynności I stopnia wzrósł prawie o 10% z 1,02 do poziomu 1,12. I po raz pierwszy od kilku lat przekroczył poziom 1,1. Drugi ze wskaźników płynności /szybki/ uległ jeszcze większej poprawie, bo wzrósł o 19% z 0,69 do poziomu 0,82. Uzasadnienie wskaźnika obrotu należnościami jak i zobowiązaniami znajduje się w komentarzu do Bilansu Spółki.

Wskaźniki Finansowania działalności

Analiza wskaźnikowa struktury finansowania działalności pozwala określić politykę finansową Spółki poprzez określenie stopnia jej zadłużenia oraz możliwości obsługi tego zadłużenia .

Wskaźniki Finansowania Działalności				
Nazwa Wskaźnika	**Formuła obliczeniowa**	**Wartość pożądana**	**Stan na 30.06.2005 roku**	**Stan na 30.06.2004 roku**
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Zobowiązania ogółem / Aktywa	0,5 – 0,7	0,59	0,61
Wskaźnik zadłużenia Kapitału własnego	Zobowiązania ogółem / Kapitały Własne	-	1,42	1,59

Podobnie jak w przypadku wskaźników płynności korzystniejsze poziomy wykazują wskaźniki zadłużenia. Kolejny kwartał wskaźnik zadłużenia ogółem spada poniżej wartości z analogicznego kwartału roku ubiegłego i wynosi poniżej 0,6. Z uwagi na wzrost kapitału własnego również drugi bardzo ważny wskaźnik z tego bloku / zadłużenie kapitału własnego/ obniżył się o 11% w relacji do analogicznego okresu roku ubiegłego.

5. Informacje o obrotach papierami kapitałowymi i dłużnymi.

W okresie objętym kwartalnym sprawozdaniem finansowym Spółka nie dokonywała emisji ani obrotu papierami wartościowymi.

6. Informacje o dywidendzie.

Spółka nie wypłacała i nie deklarowała wypłaty dywidendy za poprzednie okresy obrachunkowe.

7. Zdarzenia po dniu 30.06. 2005 roku nie ujmowane w kwartalnym sprawozdaniu finansowym.

Raportem bieżącym numer 18 z dnia 22 lipca 2005 roku Spółka informowała o zawarciu umowy agencyjnej na organizację emisji obligacji. Maksymalna wartość emisji może wynosić 100 mln zł. Do końca lipca zrealizowana emisja obligacji wynosiła 20 mln zł.

8. Skutki zmian struktury jednostki.

W strukturze jednostki gospodarczej w okresie objętym skróconym sprawozdaniem finansowym nie wystąpiły połączenia, przejęcia bądź sprzedaż inwestycji długoterminowych oraz podział, restrukturyzacja i zaniechanie działalności.