

ROZDZIAŁ V – DANE O DZIAŁALNOŚCI EMITENTA

1. Zakres działalności Eldorado S.A. i Grupy Kapitałowej Eldorado

Charakter powiązań Emitenta z jednostkami zależnymi, prowadzącymi działalność komplementarną w stosunku do usług oferowanych przez Eldorado S.A. pozwala stosownie do art. 14 ust. 1 Rozporządzenia traktować Grupę Kapitałową jako jednostkę.

Podstawowymi obszarami działalności Grupy Kapitałowej Eldorado są:

- dystrybucja i usługi logistyczne, obejmujące sprzedaż do sieci i jednostek detalicznych, połączoną z obsługą w pełnym zakresie oraz sprzedaż artykułów spożywczych w systemie samoobsługowym (*cash and carry*) – prowadzone przez spółki Eldorado S.A. oraz Grente sp. z o.o.,
- sprzedaż detaliczna realizowana poprzez sieć własnych supermarketów „Stokrotka” zgrupowanych w spółce „Stokrotka” sp. z o.o.
- organizacja i zarządzanie siecią sklepów franchisingowych „Groszek” – spółka „Groszek” sp. z o.o.,
- usługi informatyczne, na które składają się elektroniczne platformy komunikacyjne B2B „eHurtownia” i „eProducent”, które działają w ramach Eldorado S.A.,
- inne usługi, w tym: zarządzanie nieruchomościami Grupy oraz ochrona osób i mienia skupione w spółkach Elpro sp. z o.o. oraz Elberg sp. z o.o.

Poniższa tabela przedstawia strukturę przychodów osiągniętych przez Grupę Kapitałową:

Tabela 25. Źródła przychodów Grupy Kapitałowej Eldorado ze względu na obszary działalności (tys. zł).

Wyszczególnienie	1999 r.		2000 r.	
	Wartość	Udział	Wartość	Udział
Przychody ze sprzedaży ogółem, w tym:	408.723	100,0%	487.831	100,0%
– przychody ze sprzedaży towarów i materiałów w hurcie i dystrybucji	377.553	92,4%	425.943	87,3%
– przychody ze sprzedaży towarów i materiałów w detalu	29.001	7,1%	58.076	11,9%
– przychody ze sprzedaży usług ochrony i dozoru mienia	1.674	0,4%	2.595	0,5%

Źródło: Emitent

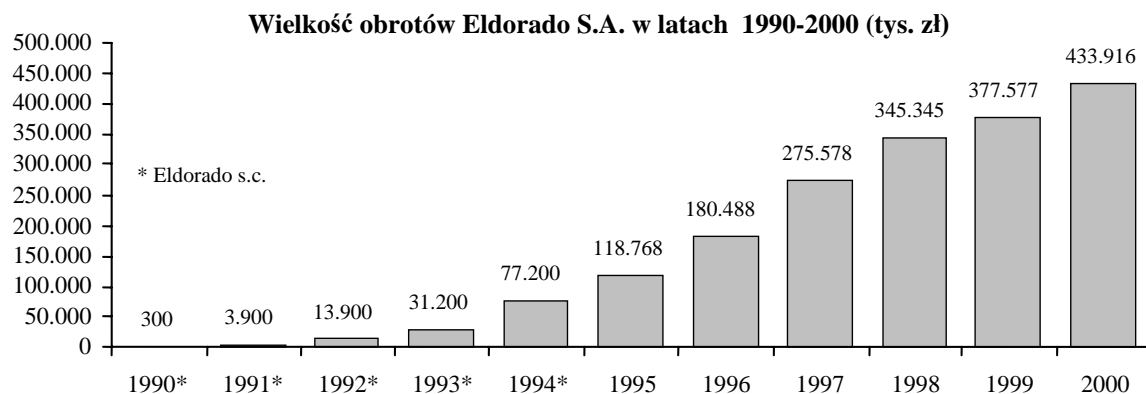
Przychody Eldorado S.A. w latach 1998-2000 przedstawiono w tabeli 32.

1.1. Działalność dystrybucyjna i logistyczna

Usługi dystrybucyjne i logistyczne oferowane są przez Eldorado S.A. oraz Grente sp. z o.o.

1.1.1. Eldorado S.A.

Eldorado S.A. prowadzi dystrybucję artykułów spożywczych w południowo-wschodniej Polsce od 1990 roku. Początkowo działalność Emitenta ograniczała się do prowadzenia aktywnej dystrybucji na terenie Lubelszczyzny. W następnych latach Eldorado S.A. dołączało kolejne geograficzne obszary działania, nowe kanały dystrybucji oraz wprowadzało nowe technologie obsługi logistycznej, co znalazło odzwierciedlenie w dynamicznym wzroście sprzedaży oraz osiągnięciu pozycji lidera w dystrybucji artykułów spożywczych w południowo-wschodniej Polsce.



Źródło: Emitent

Celem Spółki jest utrzymanie dominującej pozycji w regionie oraz stopniowe rozszerzenie działalności na terytorium całej Polski.

1.1.1.1. Organizacja terytorialna. Zasięg działania

Działalność dystrybucyjna Eldorado S.A. prowadzona jest w oparciu o centralne biuro firmy zlokalizowane w Lublinie i 12 oddziałów terenowych. Magazyny Eldorado S.A., o łącznej powierzchni 31 tys. m², znajdują się w 10 największych miastach południowo-wschodniej Polski: Lublinie, Rzeszowie, Białej Podlaskiej, Zamościu, Chełmie, Rykach, Puławach, Stalowej Woli, Kraśniku i Biłgoraju. Centrala i oddziały Spółki pracują i utrzymują łączność dzięki nowoczesnemu, w pełni zintegrowanemu systemowi komputerowemu działającemu w oparciu o bazę danych firmy Oracle.

Obecnie Eldorado S.A. dostarcza artykuły spożywcze w promieniu 250 km od Lublina.

Mapa zasięgu serwisu Eldorado S.A.



Wszystkie oddziały Eldorado S.A. oferują pełną gamę usług dystrybucyjnych, na które zgłaszają popyt sklepy detaliczne. Każdy oddział jest dostępny dla klientów wybierających samoobsługową formę zaopatrzenia (cash&carry).

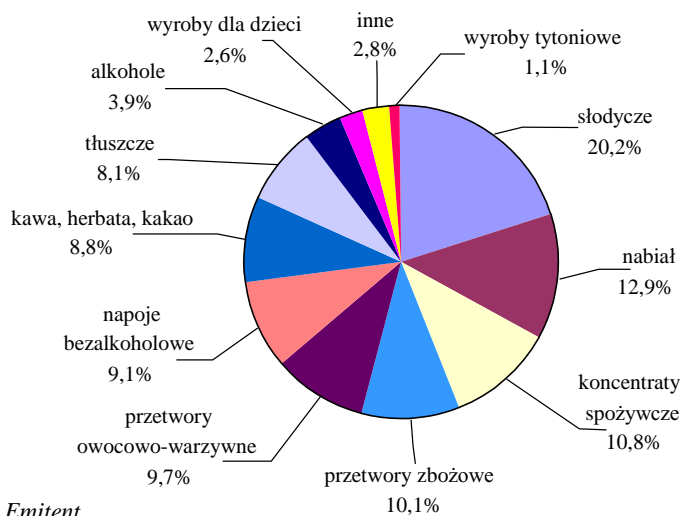
1.1.1.2. Asortyment towarów

Eldorado S.A. od momentu powstania w 1990 roku prowadzi dystrybucję artykułów spożywczych nie wymagających schładzania. W 1995 roku oferowany asortyment uzupełniono o towary schładzane, a w 1998 roku dołączono niskoprocentowe alkohole oraz papierosy.

Eldorado S.A. prowadzi dystrybucję w oparciu o współpracę z czołowymi producentami żywności oraz przedstawicielstwami zagranicznych koncernów w Polsce, nie prowadząc importu bezpośredniego. W pierwszej połowie 2001 roku Eldorado S.A. współpracowało z 400 dostawcami, a 100 najważniejszych dostarczyło 83% wartości sprzedanego towaru.

Obecnie Eldorado S.A. oferuje swym detalicznym klientom około 7.500 pozycji asortymentowych. Dzięki szerokiemu asortymentowi, towary kupowane w Eldorado S.A. mogą stanowić wartościowo od 40% do 50% towarów kupowanych przez sklep. Strukturę sprzedaży Eldorado S.A. w podziale na poszczególne grupy towarowe przedstawiono na poniższym wykresie.

Struktura sprzedaży Eldorado S.A. w rozbiciu na grupy towarowe w 2000 roku



Źródło: Emitent

Uruchomienie w grudniu 2001 roku nowoczesnego Centrum Logistycznego w Lublinie (patrz: pkt 1.1.1.5) powinno pozwolić na pogłębienie dotychczasowej oferty oraz wprowadzenie nowych grup asortymentowych (np. alkohole, paczkowane wędliny). Zwiększenie oferowanej gamy towarów umożliwi Emitentowi osiągnięcie wzrostu wartości przeciętnej dostawy oraz zdobycie nowych klientów.

1.1.1.3. Kanały dystrybucji hurtowej

Bazę klientów Eldorado S.A. stanowi ok. 6.500 podmiotów, których głównym profilem działalności jest handel detaliczny artykułami spożywczymi.

Do największych odbiorców Eldorado S.A. należą sieci sklepów detalicznych (Stokrotka sp. z o.o., Aldik sp. z o.o., Lider-Market S.A.), sieci sklepów należących do niezależnych detalistów działających w formule franchisingu (Groszek sp. z o.o., Sklepy Familijne S.A., Costcutter Grupa Detalistów S.A., Nasze Sklepy sp. z o.o., Lewiatan Detal S.A.) oraz sieci sklepów Spółdzielni Spożywców „Społem” (w Lublinie, Zamościu, Chełmie, Białej Podlaskiej, Tomaszowie Lubelskim, Lubartowie, Świdniku, Kraśniku i Tarnobrzegu). Zorganizowani detaliści prowadzący większe sieci stanowią ok. 30% sprzedaży Eldorado S.A.

Sprzedaż hurtową Eldorado można podzielić na następujące typy:

- sprzedaż serwisowa (55% udział w sprzedaży Eldorado S.A. według stanu na okres I-III kwartał 2001 r.),
- sprzedaż w systemie cash & carry (36%),
- sprzedaż do mniejszych hurtowni (9%).

Głównym kanałem dystrybucji jest dla Eldorado S.A. obsługa klientów serwisowych (sprzedaż serwisowa). Ten sposób zaopatrzenia wybierają głównie supermarkety oraz duże i średnie sklepy ogólnospożywcze. Dostawy są realizowane w stałych cyklach, w ciągu 24 godzin od złożenia zamówienia dzięki gęstej sieci magazynów (10 magazynów serwisowych), największemu w regionie taborowi własnych samochodów dostawczych (58 izotermicznych samochodów dostawczych) oraz aktywnej działalności 39 przedstawicieli handlowych Emitenta, pod opieką których znajduje się ponad 1.800 punktów detalicznych. Dział sprzedaży serwisowej jest wspierany dodatkowo przez 180 przedstawicieli handlowych, zatrudnianych przez producentów, ściśle współpracujących z Eldorado S.A.

W grupie klientów korzystających z pełnej obsługi (klienci serwisowi) obejmującej kompletację dostaw, transport i kredyt kupiecki, coraz większy udział mają sklepy komunikujące się z Eldorado S.A. drogą elektroniczną. Obecnie tą drogą zamówienia w Eldorado S.A. składa ponad 600 sklepów detalicznych.

W okresie I-III kwartał 2001 roku około 36% obrotów Eldorado S.A. realizowane było przez klientów wybierających zakupy samoobsługowe (cash and carry). Z usługi tej korzysta obecnie grupa 4.000 odbiorców, składająca się głównie z mniejszych sklepów spożywczych oraz klientów instytucjonalnych.

Sprzedaż do mniejszych hurtowni (podhurt) stanowiła w okresie I-III kwartał 2001 roku 9% obrotu zrealizowanego przez Spółkę. To pośrednie ogniwo zaopatrzenia rynku detalicznego ma charakter zamierzający w skali całego krajowego rynku, stąd również w sprzedaży Eldorado S.A ma niewielki i malejący udział.

1.1.1.4. Czynniki wyróżniające dystrybucję Eldorado S.A.

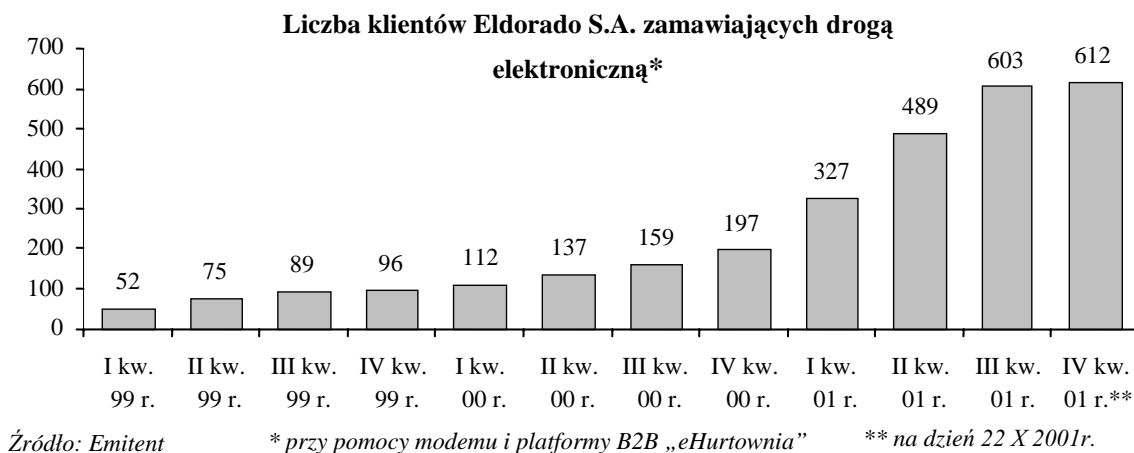
Eldorado S.A. opracowało szereg dodatkowych narzędzi umacniających przewagę konkurencyjną Emitenta. Wszystkie zostały opracowane dzięki nakładowi sił i środków Emitenta i są rozwiązaniami unikalnymi w Polsce. Do najważniejszych z nich należą:

- komunikacja modemowa ze sklepami,
- interaktywna komunikacja za pośrednictwem internetowej witryny www.eHurtownia.pl,
- system kalkulacji cen detalicznych w oparciu o indywidualne algorytmy marżowania ustalane przez danego klienta.

Opracowany w 1998 roku w dziale IT Emitenta system komunikacji modemowej był pionierskim rozwiązaniem w skali całego kraju. Połączenie modemowe umożliwiło sklepom dostęp do aktualnej oferty towarów, składanie zamówień w oraz otrzymywanie potwierdzenia ich realizacji, a przyspieszając proces zaopatrzenia sklepów detalicznych przyczyniało się do obniżania kosztów działalności takich placówek. Na dzień 22 października 2001 z systemu komunikacji modemowej korzystało 95 sklepów obsługiwanych przez Eldorado S.A.

Kolejnym etapem rozwoju narzędzi służących do komunikacji z klientami jest stworzenie w pełni zintegrowanej z systemem magazynowym Eldorado S.A. platformy B2B opartej o witrynę internetową www.eHurtownia.pl, „eHurtownia” umożliwia przeglądanie oferty, przesyłanie zamówień i potwierdzeń ich realizacji oraz eksportowanie danych o dokumentacji dostawy w formacie akceptowanym przez używane w sklepach programy komputerowe. Na stronie „eHurtownia” detalista może znaleźć również oferty produktów uzupełniających podstawowy asortyment placówek handlowych. Zamówienia takie są realizowane przez współpracujących z Eldorado S.A. dystrybutorów, korzystających z „eHurtownia” na zasadach komercyjnych. Usprawnienie procesu dostawy towaru między dystrybutorem a detalistą oraz skrócenie czasu wprowadzenia towaru do obrotu w sklepie prowadzi do obniżenia kosztów operacyjnych zarówno u dystrybutora, jak i detalisty. Komunikacja za pośrednictwem „eHurtownia” szybko zyskuje na popularności – na dzień 22 października 2001 korzystało z niej ponad 517 odbiorców Eldorado S.A.

Tempo wzrostu liczby klientów Eldorado S.A. korzystających z komunikacji elektronicznej ilustruje poniższy wykres.



Łącznie metody elektronicznej komunikacji dostarczają w ujęciu wartościowym ponad 33% zamówień od klientów serwisowych Eldorado S.A., co stawia Emitenta w pozycji lidera pod względem zastosowania technologii internetowych i informatycznych w branży handlowej w Polsce.

Od 1996 r. Eldorado S.A. oferuje również sklepom detalicznym samodzielnie opracowany system kalkulacji cen detalicznych w oparciu o indywidualnie określone algorytmy marżowania i przeliczania cen na jednostki miar stosowane w sklepach. Usługa ta, z której korzysta obecnie ponad 700 klientów Eldorado S.A., pozwala detalistom swobodnie kształtować różne poziomy marż na różnych grupach asortymentu spożywczego, automatyzując czasochłonne kalkulacje niezbędne do dokonania w okresie przed wprowadzeniem towaru do obrotu detalicznego. System marżowania oferowany jest także wspólnie z elektronicznymi narzędziami komunikacji modemowej i platformą B2B „eHurtownia”.

1.1.1.5. Centrum Logistyczne

Centrum Logistyczne budowane jest na 7,5 ha nieruchomości będącej własnością Spółki, zlokalizowanej przy ważnym szlaku komunikacyjnym na trasie Warszawa – Zamość – Lwów. Zakończenie prac budowlanych planowane jest na listopad 2001 r., natomiast otwarcie Centrum pod koniec grudnia 2001 r.

Tabela 26. Planowany rozkład Centrum Logistycznego

Wyszczególnienie	Powierzchnia
Całkowita powierzchnia użytkowa, w tym:	11,0 tys. m ²
– powierzchnia magazynowa sucha	7,2 tys. m ²
– powierzchnia chłodni	2 tys. m ²
– powierzchnia biura	1,6 tys. m ²
– pozostałe	0,2 tys. m ²
Parkingi i place manewrowe	15 tys. m ²

Źródło: Emitent

Koszt całej inwestycji wraz z wyposażeniem oceniony został na około 19.400 tys. zł. Budowa Centrum Logistycznego jest największą i najnowocześniejszą inwestycją w branży dystrybucji artykułów spożywczych w południowo-wschodniej Polsce.

Centrum Logistyczne przyczyni się do zwiększenia sprzedaży Emitenta (poprzez pogłębienie i poszerzenie asortymentu oraz zwiększenie zasięgu sprzedaży serwisowej) oraz obniżenia jego kosztów operacyjnych i dalszej poprawy jakości usług (dzięki konsolidacji działalności magazynowej w Lublinie oraz zastosowaniu najnowocześniejszych technologii informatycznych i rozwiązań logistycznych).

1.1.1.6. Pro Logistyka S.A.

Eldorado S.A. jest udziałowcem spółki Pro Logistyka S.A. powołanej w maju 1999 roku przez pięć największych polskich firm dystrybuujących artykuły spożywcze. Pro Logistyka S.A. ma pozwolić na wykorzystanie efektu skali poprzez wspólne składanie zamówień u producentów oraz wspólną realizację dostaw do ogólnopolskich sieci sklepów detalicznych.

1.1.2. Grente sp. z o.o.

W ramach Grupy Kapitałowej od 1997 roku działa spółka Grente sp. z o.o., będąca obecnie jednym z największych dystrybutorów owoców i warzyw w Polsce Południowo-Wschodniej. Produkty prowadzone przez Grente sp. z o.o. stanowią uzupełnienie asortymentu artykułów spożywczych oferowanych przez Eldorado S.A.

Grente kontroluje proces produkcji poprzez ścisłą współpracę z wybranymi gospodarstwami produkcyjnymi, opartą o kontraktację upraw. Na własne potrzeby spółka zleca selekcjonowanie, mycie i pakowanie warzyw najlepszej jakości. Nabywcami produktów Grente są zarówno sieci hipermarketów, supermarketów i dyskontów, jak i mniejsze lokalne sklepy. Sprzedaż i dystrybucja prowadzona jest z centrum dystrybucyjnego z magazynu-chłodni o powierzchni 500 m².

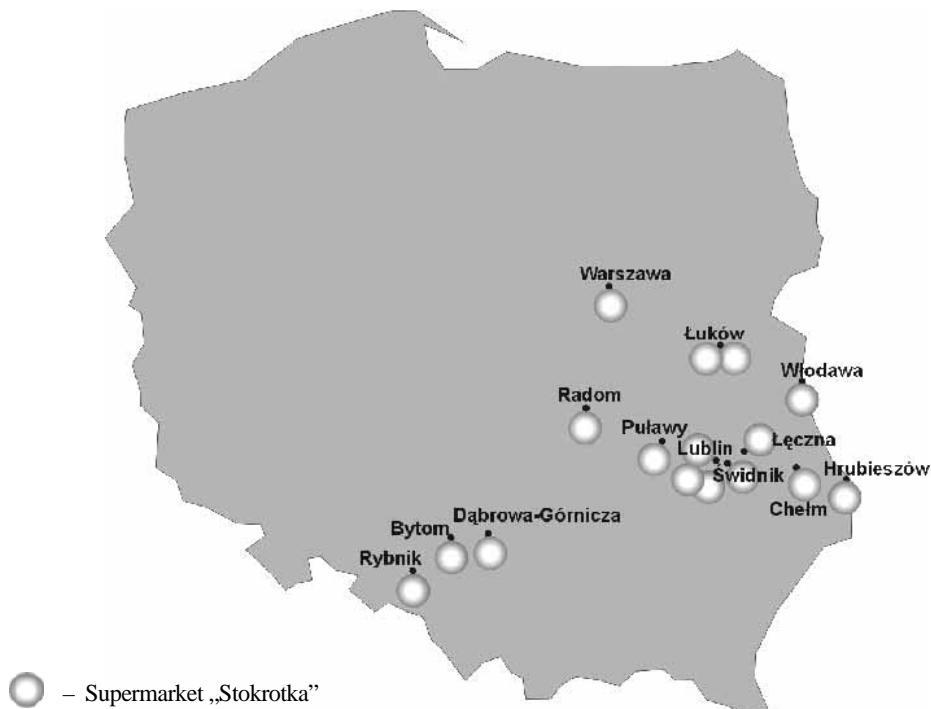
1.2. Sprzedaż detaliczna

1.2.1. Własna sieć supermarketów „Stokrotka”

Firma Stokrotka sp. z o.o. (działająca do czerwca 2001 pod nazwą Eden sp. z o.o.) została założona w 1994 roku. Przedmiotem działalności spółki jest zarządzanie siecią supermarketów „Stokrotka”. Sieć zaczęła się dynamicznie rozwijać od początku 1999 r. i liczy obecnie 16 supermarketów. Emitent oczekuje, że do końca 2001 roku pod szyldem „Stokrotka” powinno działać 19 sklepów. Dzięki prowadzonemu programowi inwestycyjnemu do końca 2002 r. Stokrotka powinna prowadzić sieć 35 supermarketów, stając się liderem w segmencie średnich placówek handlowych w południowo-wschodniej Polsce. Sieć „Stokrotka” obejmuje obecnie swoim zasięgiem województwa lubelskie, mazowieckie i śląskie.

Poniższa mapka przedstawia lokalizacje sklepów „Stokrotka” na dzień 22 października 2001 roku.

Lokalizacje supermarketów „Stokrotka”

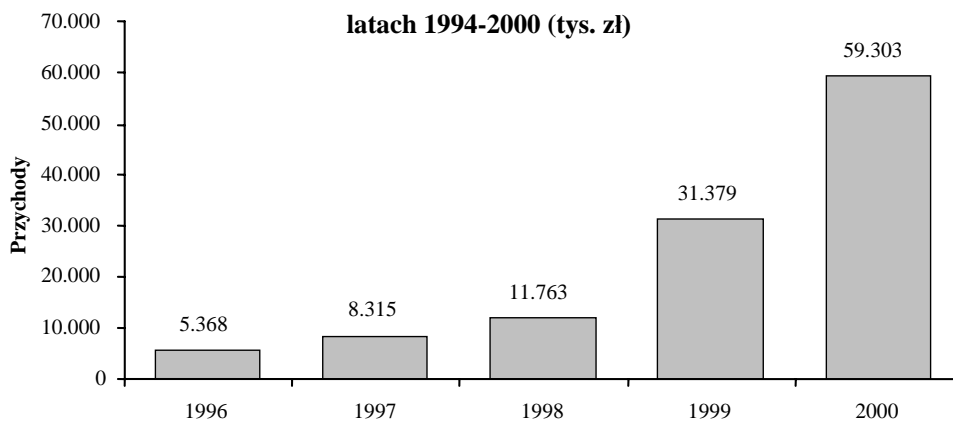


Powierzchnia sprzedaży poszczególnych supermarketów jest zróżnicowana i w zależności od lokalizacji placówki wynosi od 300 do 1.000 m². Powierzchnia sprzedaży całej sieci wynosi 7.487 m². Supermarkety „Stokrotka” są zlokalizowane w pobliżu osiedli mieszkaniowych, w centralnych punktach miast i miasteczek oraz w innych dogodnych komunikacyjnie miejscach. Oferują asortyment 4.000-9.500 pozycji. Sklepy „Stokrotka” mają ujednolicone standardy operacyjne oraz politykę marketingową.

Eldorado S.A. dostarcza na zasadach rynkowych około 40% towarów sprzedawanych przez sklepy należące do sieci „Stokrotka”. Od marca 2001 r. „Stokrotki” realizują zakupy w oparciu o elektroniczny, internetowy system zamówień „eHurtownia”.

Rozwój sieci „Stokrotka” uległ bardzo poważnemu przyśpieszeniu po pomyślnej weryfikacji w latach 1998 koncepcji supermarketu osiedlowego. Na poniższym wykresie przedstawiono przychody spółki Stokrotka sp. z o.o. realizowane od momentu rozpoczęcia działalności przez spółkę.

Przychody supermarketów „Stokrotka” w latach 1994-2000 (tys. zł)



Źródło: Emitent

1.2.2. Sieć sklepów franchisingowych „Groszek”

We wrześniu 2000 roku rozpoczęła działalność spółka Groszek sp. z o.o., która organizuje i zarządza siecią sklepów franchisingowych „Groszek”. Do 22 października 2001 roku do sieci „Groszek” pozyskano 133 sklepy, zlokalizowane na terenie południowo-wschodniej Polski, w województwach: lubelskim, podkarpackim, świętokrzyskim i mazowieckim. Groszek sp. z o.o. nie jest kapitałowo zaangażowana w żaden ze sklepów. Powierzchnia sprzedaży poszczególnych „Groszków” sięga od 80 do 400 m², a asortyment produktów liczy od 3.000 do 6.000 pozycji. Łączna powierzchnia sprzedaży całej sieci przekracza obecnie 17.000 m².

Sieć zapewnia zrzeszonym sklepom rozbudowany pakiet franchisingowy, obejmujący w szczególności:

- korzystne warunki dokonywania zakupów i dogodne warunki płatności u wskazanych dostawców,
- dodatkowe rabaty od producentów,
- spójny system wizualizacji,
- wspólną politykę marketingową (reklama i programy lojalnościowe),
- doradztwo asortymentowe i zarządzanie półką sklepową,
- doradztwo podatkowo-finansowe, prawne, personalne, informatyczne,
- szkolenie podstawowe i specjalistyczne dla personelu i właścicieli sklepu,
- wyłączność terytorialną dla członków,
- wyposażenie komputerowe.

W zamian za to Groszek sp. z o.o. pobiera od zrzeszonych sklepów roczną opłatę franszysową i miesięczne opłaty administracyjne. Dodatkowym źródłem dochodu spółki są prowizje otrzymywane od producentów i dostawców.

Ocenia się, że w Polsce jest obecnie około 8-10 tys. sklepów spełniających kryteria przynależności do sieci „Groszek”. W ciągu pięciu lat planowane jest osiągnięcie liczby 470 sklepów działających pod szyldem „Groszek”.

Większość sklepów sieci „Groszek” składa zamówienia za pomocą platformy internetowej „eHurtownia”.

1.3. Usługi informatyczne

W grudniu 2000 roku Eldorado S.A. uruchomiło pod adresem www.eHurtownia.pl opracowaną przez siebie internetową platformę B2B „eHurtownia”, umożliwiającą prezentację oferty handlowej, przesyłanie zamówień i dokumentów w formie elektronicznej oraz dostarczającą innych narzędzi pomocnych w kontaktach dystrybutor – detalista. Platforma transakcyjna jest oferowana innym dystrybutorom na zasadach komercyjnych. Emitent oczekuje, że platforma B2B „eHurtownia” stanie się najpopularniejszą formą elektronicznej komunikacji pomiędzy detalistami a dystrybutorami towarów konsumpcyjnych w Polsce. W IV kwartale 2001 r. Spółka zamierza uruchomić opracowaną przez siebie platformę B2B „eProducent”, umożliwiającą komunikację pomiędzy producentami a ich dystrybutorami.

Obie platformy B2B umożliwią stworzenie łańcucha komunikacyjnego pozwalającego na natychmiastowy przepływ wiarygodnej informacji pomiędzy producentami, dystrybutorami i detalistami. Wykorzystanie tych sposobów komunikacji może być skutecznym sposobem na obniżenie kosztów działalności producentów, dystrybutorów i detalistów.

Emitent zamierza wydzielić działalność informatyczną w oddzielny, zależny od Eldorado S.A. podmiot gospodarczy. Podmiot ten oprócz obsługi wyżej opisanych platform internetowych ma również zajmować się tworzeniem i obsługą oprogramowania dla handlu detalicznego i hurtowego. W przyszłości możliwe jest rozszerzenie działalności o świadczenie usług w oparciu o system dzierżawy aplikacji przez łącza internetowe.

1.4. Inne usługi

Pozostałe spółki należące do Grupy Kapitałowej świadczą następujące usługi:

- Elpro Sp. z o.o. zarządza znaczną częścią nieruchomości należących do Grupy Kapitałowej Eldorado; zajmuje się budową nowych sklepów, wyszukiwaniem odpowiednich gruntów oraz wynajmem lub sprzedażą przestrzeni okołosklepowej. Docelowo Elpro będzie zarządzać wszystkimi nieruchomościami należącymi do Grupy Kapitałowej,
- Elberg Sp. z o.o. świadczy usługi ochrony osób i mienia, konwojowania i dozoru a także projektuje, montuje i monitoruje instalacje alarmowe zarówno na rzecz spółek z Grupy, jak i zewnętrznych klientów.

Wszystkie rozliczenia wewnątrz Grupy Kapitałowej dokonywane są na zasadach rynkowych.

2. Charakterystyka otoczenia Emitenta i Grupy Kapitałowej

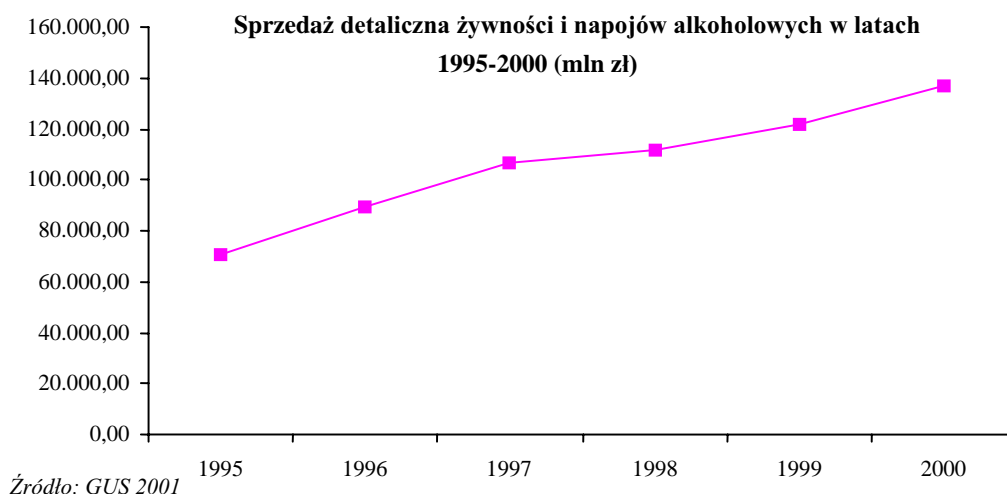
2.1. Informacje ogólne

Emitent prowadzi działalność polegającą na sprzedaży detalicznej i hurtowej artykułów spożywczych.

Do najważniejszych czynników zewnętrznych, które mają wpływ na perspektywy rozwoju Emitenta, należą:

1. tempo wzrostu popytu na artykuły żywnościowe,
2. przemiany struktury dystrybucji oraz sprzedaży detalicznej,
3. czynniki instytucjonalne związane przede wszystkim z otoczeniem prawnym.

Według stanu na 2000 rok, wartość wydatków konsumpcyjnych osiągnęła poziom 296.900 mln złotych. Sprzedaż artykułów żywnościowych, alkoholu i papierosów stanowiła 46,1% tej wartości i wyniosła w 2000 roku 136.900 mln złotych. Ocenia się, że popyt na te kategorie produktów (będących trzonem oferty Grupy) powinien rosnąć w miarę dalszego wzrostu zamożności Polaków. Znaczne osłabienie tempa wzrostu gospodarczego nie powinno doprowadzić do poważnego ograniczenia wydatków na te produkty ze względu na ich podstawowy charakter.



2.2. Handel hurtowy

2.2.1. Rynek dystrybucji hurtowej

W Polsce działa obecnie około 10.000 hurtowni spożywczych. Rynek ten jest bardzo zróżnicowany.

Na jednym biegunie znajdują się duże, nowoczesne firmy dystrybucyjne działające w skali kraju lub regionu. Przeciwny biegun rynku tworzą małe, lokalne hurtownie obsługujące bardzo wąskie grono odbiorców i oferujące im niewielki asortyment towarów.

Tabela 27. Zakres działalności hurtowni w Polsce.

Wyszczególnienie	Charakter działalności	Rozwój	Liczba	Liderzy
Ogólnopolskie sieci hurtowe	Centralne zarządzanie, ogólnopolski charakter, wiele oddziałów	Rozwój poprzez otwieranie nowych oddziałów	7	Makro Cash&Carry, Milo, Eurocash, Selgros
Regionalne i ponadregionalne sieci hurtowe	Działalność w jednym dużym regionie poprzez sieć oddziałów	Regionalny lub ponadregionalny, poprzez tworzenie nowych oddziałów lub uczestnictwo w konsolidacji rynku	50	Eldorado, BOS, DLS
Regionalne hurtownie	Silna pozycja lokalna, 1-4 oddziały, działalność na terytorium jednego byłego województwa	Współpraca z innymi hurtowniami regionalnymi	300-350	
Hurtownie lokalne	Niewielkie firmy, pełniące często funkcję podhurtu, często oferują wąski, specjalistyczny asortyment		9.700-10.000	

Źródło: CAL 2001, DM BIG-BG

Liczba hurtowni działających w Polsce systematycznie spada. Na koniec 2000 roku było 10.000 dystrybutorów, podczas gdy jeszcze w 1994 r. funkcjonowało 20.000 hurtowni. Procesy konsolidacyjne w dystrybucji są głównie efektem koncentracji, obserwowanej w segmencie detalicznym (zjawisko opisane szerzej w pkt. 2.3.). Rosnąca konkurencja na rynku detalicznym wymusza poprawę efektywności sklepów, przekładając się na wzrost wymagań stawianym dystrybutorom w takich aspektach oferowanych usług jak szerokość asortymentu, ceny zakupu towarów, elektroniczne narzędzia komunikacyjne, kompleksowość i szybkość obsługi.

Proces konsolidacji po stronie dystrybucji dotyka w największym stopniu małych lokalnych hurtowników, którzy nie mogą podążać rosnącym wymaganiom klientów. Małe hurtownie, ze względu na niewielką skalę działania z jednej strony nie są w stanie uzyskać konkurencyjnych warunków zakupowych, z drugiej strony oferują zbyt wąski asortyment produktów oraz często niesatysfakcjonujący serwis.

Pomimo znacznego spadku liczby hurtowni, polski rynek dystrybucji artykułów żywnościowych pozostaje silnie rozdrobniony w porównaniu z rynkami krajów europejskich. Należy zauważyć, że nawet największe sieci hurtowe nie odgrywają w skali Polski znaczącej roli, a udział największego z dystrybutorów – Makro Cash and Carry nie przekracza w segmencie artykułów spożywczych 3-4% całego rynku handlu hurtowego.

Zarząd Emitenta przewiduje, że mniejsze i słabsze podmioty będą w dalszym ciągu eliminowani z rynku. W tym samym czasie swoją pozycję powinny umocnić spółki o zasięgu ogólnokrajowym oraz najsilniejsi dystrybutorzy regionalni. Największe szanse na uzyskanie znaczącej pozycji na polskim rynku powinni mieć ci dystrybutorzy, którzy mogą tworzyć grupy zakupowe, aktywnie uczestniczyć w procesach konsolidacyjnych oraz procesach integracji pionowej.

Przykłady działań integracyjnych przedstawia poniższa tabela.

Tabela 28. Działalność detaliczna największych sieci hurtowych w Polsce.

Wyszczególnienie	Dystrybucja	Hipermarkety	Supermarkety	Dyskonty	Inne
Metro	Makro Cash and Carry	Real	—	—	—
Jeronimo Martins Polska	Eurocash	Jumbo	—	Biedronka	—
REWE	Selgros	—	Billa, Minimal	—	—
McLane	McLane	—	—	—	IGA Polska
Ahold	Mega Cash and Carry	Hypernova	Max, Delikatesy Centrum	Sezam	—
Eldorado	Eldorado	—	Stokrotka	—	Groszek

Źródło: DM BIG-BG

2.2.2. Pozycja Eldorado S.A.

Eldorado S.A. jest liderem w handlu artykułami żywnościowymi w południowo-wschodniej Polsce i zostało zaliczone przez CAL i specjalistyczne pismo branżowe „Handel” do 10 największych firm handlowych działających w segmencie dystrybucyjnym.

Tabela 29. Największe firmy dystrybucyjne w Polsce w 2000 roku.

Pozycja	Firma	Zakres działalności
1	Makro Cash and Carry	wszystkie artykuły konsumpcyjne
2	Milo	artykuły tytoniowe, słodczyce, kawa, napoje
3	Eurocash JMP	wszystkie artykuły konsumpcyjne
4	Selgros	wszystkie artykuły konsumpcyjne
5	McLane	artykuły żywnościowe i chemiczne
6	Astor	artykuły tytoniowe, słodczyce, kawa
7	DLS	artykuły żywnościowe i podstawowe chemiczne
8	Eldorado	artykuły żywnościowe i podstawowe chemiczne
9	Bos	artykuły żywnościowe i podstawowe chemiczne
10	Ango	wyroby mleczarskie, tłuszcze i oleje, dominująca sprzedaż do innych hurtowni

Źródło: Handel, DM BIG-BG

Eldorado konsekwentnie realizuje założoną strategię rozwoju. W działalności dystrybucyjnej Eldorado S.A. umocniło się na pozycji regionalnego lidera dzięki przejęciu głównego konkurenta w 1997 r., stopniowej ekspansji terytorialnej oraz dywersyfikacji asortymentu. Emitent aktywnie uczestniczy także w procesach integracji pionowej. Od 1999 roku rozwijana jest sieć własnych supermarketów „Stokrotka”, a od września 2000 roku sieć franczyzowych sklepów „Groszek”. Efektem takiej strategii będzie zmiana profilu Grupy i zrównoważenie źródeł przychodów z handlu hurtowego i detalicznego. Ze względu na brak wiarygodnych i porównywalnych danych nie jest możliwe wskazanie udziału Eldorado S.A. wśród przedsiębiorstw handlowych działających na rynku południowo-wschodnim.

2.3. Handel detaliczny

Sprzedaż detaliczna na rynku polskim realizowana jest za pośrednictwem 116.300 sklepów spożywczych (Źródło: CAL). Z punktu widzenia szerokości oferowanego asortymentu oraz wielkości można je podzielić na następujące grupy:

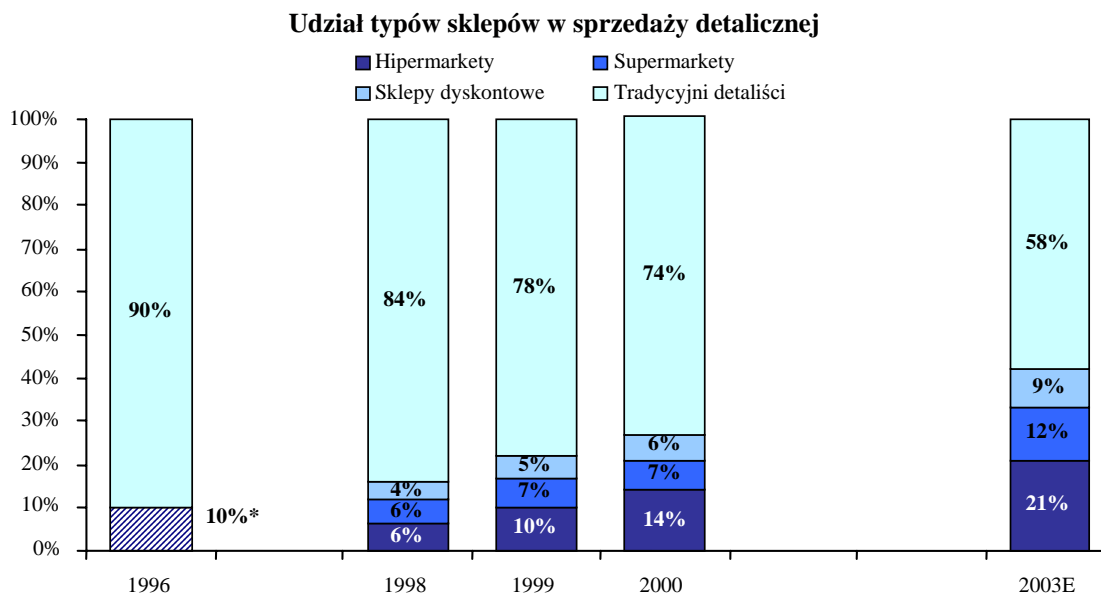
Tabela 30. Podział sklepów detalicznych na polskim rynku według typów (stan na 31.12.2000).

Typ sklepu	Definicja	Ilość
Hipermarket	Powierzchnia > 2.500 m ²	112
Supermarket	Powierzchnia > 300 m ²	750
Dyskont	Powierzchnia > 300 m ² , ograniczony asortyment, ograniczony poziom obsługi	1.020
Sklep spożywczy duży	Powierzchnia 100-300 m ²	5.400
Sklep spożywczy średni	Powierzchnia 40-100 m ²	24.000
Sklep spożywczy mały	Powierzchnia < 40 m ²	60.500
Sklep spożywczy specjalistyczny	Sklep sprzedający tylko jedną kategorię produktów żywnościowych, np. warzywno-owocowy, mięsny, monopolowy	24.500

Źródło: CAL 2001

Sprzedaż detaliczna artykułów spożywczych dokonywana jest także przez inne niż zorganizowane placówki sklepowe kanały dystrybucji. Na tzw. kanały alternatywne, które stopniowo zwiększają swój udział, składają się takie miejsca jak punkty gastronomiczne, kioski, bazy, stacje benzynowe, które w ubiegłym roku zrealizowały około 25% całej sprzedaży.

Struktura rynku detalicznego podlega od początku lat dziewięćdziesiątych bardzo dużym zmianom. Charakteryzują się one wzrostem udziału w sprzedaży detalicznej hipermarketów, supermarketów oraz sklepów dyskontowych, któremu towarzyszy spadek liczby małych sklepów spożywczych.



Źródło: CAL 2001

* Razem nowoczesne kanały dystrybucji

Udział hipermarketów w sprzedaży detalicznej w Polsce wzrósł z ok. 6% w 1998 r., kiedy działało 57 hipermarketów, do 13,5% w roku 2000 przy 112 działających hipermarketach. Hipermarkety, oferując obok artykułów spożywczych szeroki wybór odzieży, sprzętu AGD i RTV, mebli i książek wypełniły niszę rynkową istniejącą na styku różnych typów placówek detalicznych. Wzrost tej kategorii sklepów można przypisać znacznym inwestycjom podejmowanym na rynku polskim przez europejskie sieci hipermarketów (Ahold, Auchan, Carrefour, Casino, Dohle, Jeronimo Martins, Leclerc, Metro, Tesco).

Na tempo wzrostu tego segmentu rynku powinny wpłynąć przede wszystkim dwa czynniki. Obecnie, w większości dużych miast, na których obrzeżach najczęściej są lokowane hipermarkety, jest już przynajmniej kilka takich sklepów, co może w przyszłości mocno zawęzić krąg potencjalnych lokalizacji. Drugim czynnikiem, który może spowolnić tempo wzrostu hipermarketów, jest dalsza realizacja „Programu rozwoju handlu wewnętrznego do 2003 roku” (podstawowe założenia tego programu opisano w punkcie 3). Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji ocenia, że polski rynek powinien zostać nasycony przy 160-180 hipermarketach, i szacuje, że w 2003 r. hipermarkety osiągną ok. 20% udział w polskim rynku detalicznym.

O ile hipermarkety prowadzą sprzedaż bardzo dużej grupy artykułów pozażywnościowych, profil działalności supermarketów i dyskontów zakłada koncentrację na sprzedaży artykułów żywnościowych i podstawowych artykułów chemicznych. Udział supermarketów w sprzedaży detalicznej wzrósł z ok. 6% w 1998 r. do 7% w 2000 r. (750 supermarketów) i powinien, według CAL, przekroczyć 10% w 2003 r. (docelowo 1.000 supermarketów). W ocenie Zarządu, sieć supermarketów prowadzona przez Emitenta pod wspólną marką „Stokrotka” powinna w wyniku realizacji strategii przedstawionej w Rozdziałach I i VI należeć do największych w Polsce.

Tabela 31. Porównanie największych sieci zagranicznych supermarketów własnych działających w Polsce do „Stokrotki”.

Sieć	Nazwa sklepów	Średnia powierzchnia sprzedaży (m ²)	Liczba sklepów w 2000 r.
Ahold	Max	1450	49
Savia/Tesco	Savia	160	31
Carrefour	Globi	850	29
Rewe	Minimal	2000	22
Carrefour	Champion	1600	15
Billa/Rewe	Billa	1460	12
PHU Robert/Auchan	Robert	590	12
Major Julius Meinl	Major Market	600	11
Ahold	Delikatesy Centrum	800	11
Eldorado*	Stokrotka	468	16

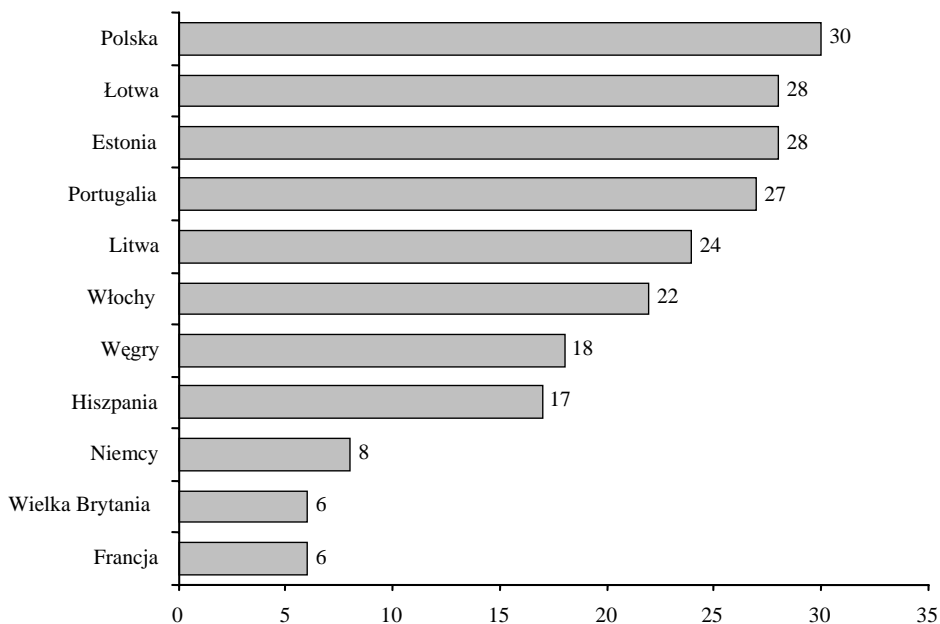
Źródło: CAL 2001

* na dzień 22 X 2001

Pewną konkurencją dla supermarketów stanowić mogą sklepy dyskontowe oferujące bardzo niewielki wybór najtańszych towarów. Taka strategia działania sprawia jednak, że krąg potencjalnych klientów jest mocno zawężony. Udział tej kategorii sklepów wzrósł z 4% w 1998 r. do 6% w 2000 r. (ponad 1.000 dyskontów) i ma sięgnąć 9% w 2003 r. Do największych sieci sklepów dyskontowych należały w 2000 roku: Biedronka, Plus i Społem.

Wzrostowi udziału hipermarketów, supermarketów oraz dyskontów w sprzedaży detalicznej z 13,5% w 1998 r. do 26% w 2000 r. towarzyszy spadek liczby mniejszych sklepów spożywczych. Obecnie funkcjonuje około 109.000 mniejszych placówek detalicznych. Pomimo gwałtownych przemian zachodzących w ostatnim dziesięcioleciu, polski handel detaliczny charakteryzuje się nadal bardzo dużym rozproszeniem. Liczba sklepów przypadających na 10.000 mieszkańców stawia Polskę w czołówce europejskiej. W 1999 roku w Polsce było dwa razy więcej sklepów niż w porównywalnej pod względem wielkości Hiszpanii i około sześć razy więcej niż w dużo większej Wielkiej Brytanii.

**Liczba sklepów przypadająca na 10000 mieszkańców w
wybranych krajach europejskich w 1999 r.**



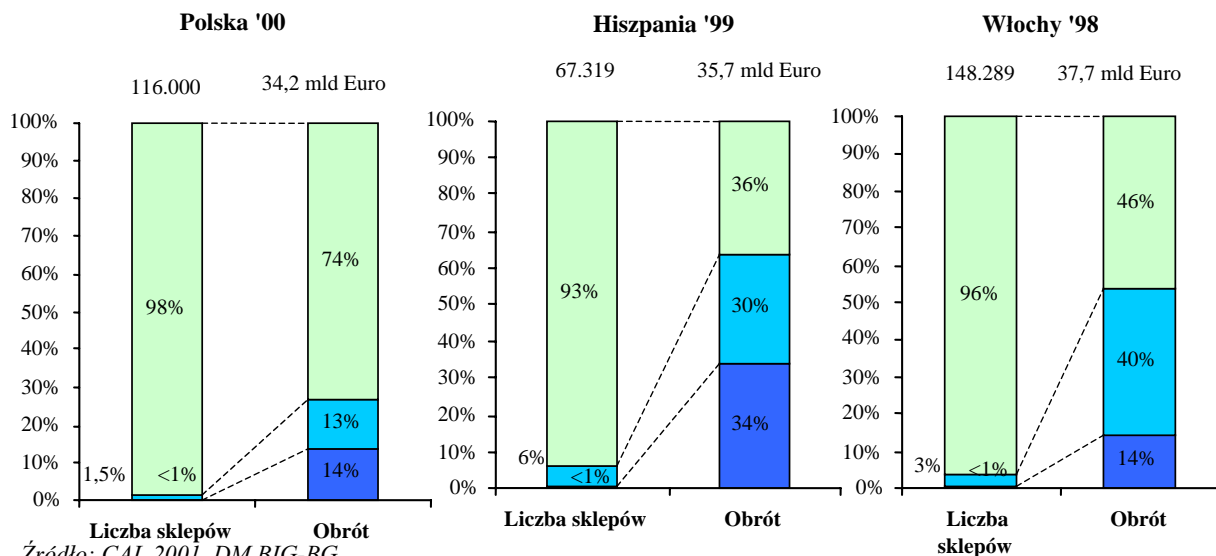
Źródło: CAL 2001

Obecna struktura handlu w Polsce jest pochodną sytuacji demograficznej kraju (duża liczba małych miejscowości – 55 tys. oraz agraryzacja – 32 % populacji mieszka na wsi) oraz nadal relatywnie niskiego poziomu rozwoju gospodarczego.

W rezultacie, podczas gdy w Polsce małe lokalne sklepy realizują ponad 70% sprzedaży detalicznej, w większości krajów Europy Zachodniej udział hipermarketów, supermarketów i dyskontów znacznie przekracza 50%. Według CAL struktura polskiego rynku detalicznego będzie rozwijała się w kierunku modelu włoskiego lub hiszpańskiego, gdzie sklepy spożywcze duże, średnie i małe mają ponad 36-46% udział w rynku. Raport CAL przewiduje również, że liczba mniejszych sklepów detalicznych powinna się nadal powoli zmniejszać – do około 80.000 placówek za kilka lat. Wtedy osiągnie poziom Hiszpanii, w której na 10.000 mieszkańców przypada około 20 punktów detalicznych.

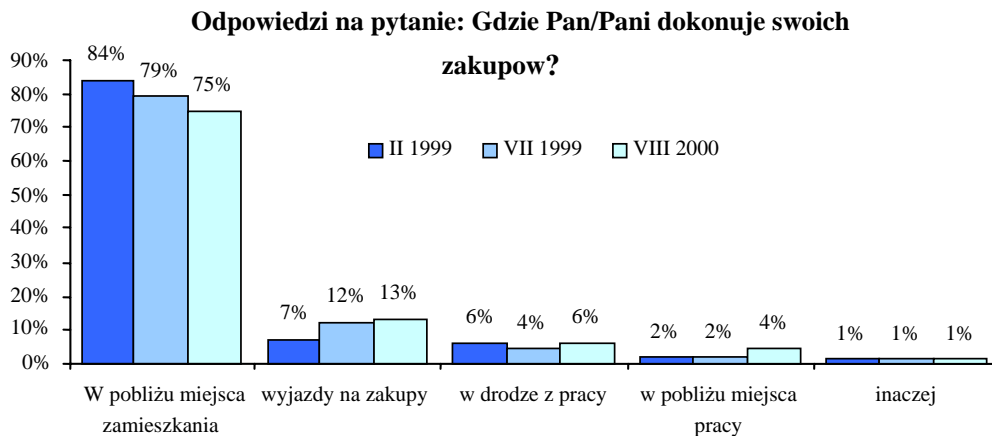
Koncentracja sprzedaży detalicznej w średnich krajach europejskich

■ hipermarkety ■ supermarkety ■ sklepy tradycyjne



Źródło: CAL 2001, DM BIG-BG

Zarząd Emitenta ocenia, że w grupie „tradycyjnych” sklepów spożywczych przetrwają te, które są właściwie zarządzane oraz zlokalizowane. Świadczą o tym kryteria zakupowe Polaków:



Źródło: GfK Polonia

Środkiem umożliwiającym mniejszym sklepom utrzymanie się na rynku powinny się stać również różne formy integracji placówek pod wspólnym szyldem. Najskuteczniejsza może w przyszłości okazać się koncepcja oparta na zasadzie franszyzy. Podmiot organizujący grupę udziela jej wspólnego logo, wizualizacji, dostarcza marketingowego *know-how* oraz służy jako negocjator i pośrednik w kontaktach z dostawcami. Dzięki lepszej organizacji systemu dostaw oraz lepszym warunkom zakupu zorganizowani kupcy ograniczają swoje koszty, co przekłada się na warunki cenowe w sklepach. W ramach działalności franchisingowej działają w Polsce zarówno średniej wielkości supermarkety (Rema 1000, Intermarche Muszkietierowie, Spar), jak i mniejsze lokalne sklepy (Lewiatan, Groszek, Rabat, Sklepy Familijne). Uważa się, że największe perspektywy rozwoju mają sieci organizowane przez grupy dystrybucyjne posiadające silne zaplecze logistyczne oraz oferujące dobrze zorganizowany system wzajemnej komunikacji.

Grupa Kapitałowa Eldorado aktywnie wpisuje się w wyżej opisane przemiany rynkowe, rozwijając sieć „Stokrotka” oraz integrując detalistów w sieci „Groszek”.

3. Prawne aspekty rozwoju handlu w Polsce

Dynamiczny rozwój hipermarketów był w dużym stopniu skutkiem regulacji prawnych obowiązujących w Polsce. Polskie prawo regulujące zasady rozwoju sieci handlowych należało po 1990 roku do najbardziej liberalnych na kontynencie europejskim.

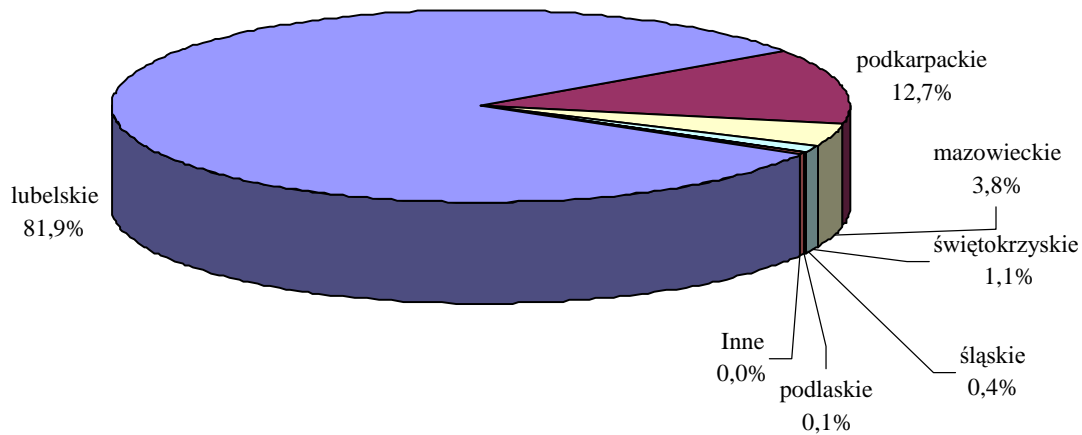
Pierwsze próby ograniczenia ekspansji hipermarketów nastąpiły dopiero w kwietniu 2000 roku, kiedy rząd przyjął „Program rozwoju handlu wewnętrznego do 2003”. Program ten zapowiadał wyrównanie praw i szans podmiotów działających na rynku detalicznym poprzez nowelizację Ustawy o zagospodarowaniu przestrzennym, Kodeksu pracy, Ustawy o nieuczciwej konkurencji oraz ustawowe uregulowanie maksymalnych terminów płatności (do 45 dni).

W ramach realizacji tego programu w marcu 2001 roku znowelizowano Ustawę o zagospodarowaniu przestrzennym. W myśl nowych przepisów zgodę na budowę nowych obiektów wielkopowierzchniowych wydaje rada gminy. Wg Art. 10 pkt. 1 ust. 1 Ustawy o zagospodarowaniu przestrzennym (Dz.U. 1994 Nr 89 poz. 415 z późn. zmianami) tereny, które mogą zostać przeznaczone pod budowę obiektów handlowych o powierzchni sprzedażowej powyżej 1.000 m² w gminach o liczbie mieszkańców mniejszej niż 20.000 oraz o powierzchni sprzedażowej powyżej 2.000 m² w większych gminach, ustala się w miejscowym planie zagospodarowania. W wypadku zezwolenia na budowę obiektów handlowych o tych rozmiarach, do ustaleń dołączana jest prognoza skutków „budowy tych obiektów dla rynku pracy, komunikacji, istniejącej sieci handlowej oraz zaspokojenia potrzeb i interesów konsumentów, a także opinia zarządu powiatu, zarządów gmin sąsiednich i powiatowego rzecznika konsumentów dotycząca budowy tego obiektu”.

4. Główne rynki zbytu Emitenta

Głównym rynkiem zbytu Eldorado S.A. pozostaje tradycyjnie Polska Południowo-Wschodnia. Sprzedaż prowadzona jest za pośrednictwem 12 magazynów ulokowanych w najważniejszych miastach regionu. W ciągu najbliższych kilku lat spółka zamierza rozszerzyć działalność na całe terytorium Polski.

Sprzedaż Eldorado S.A. w pierwszej połowie 2001 roku w rozbiciu na województwa



Źródło: Emitent

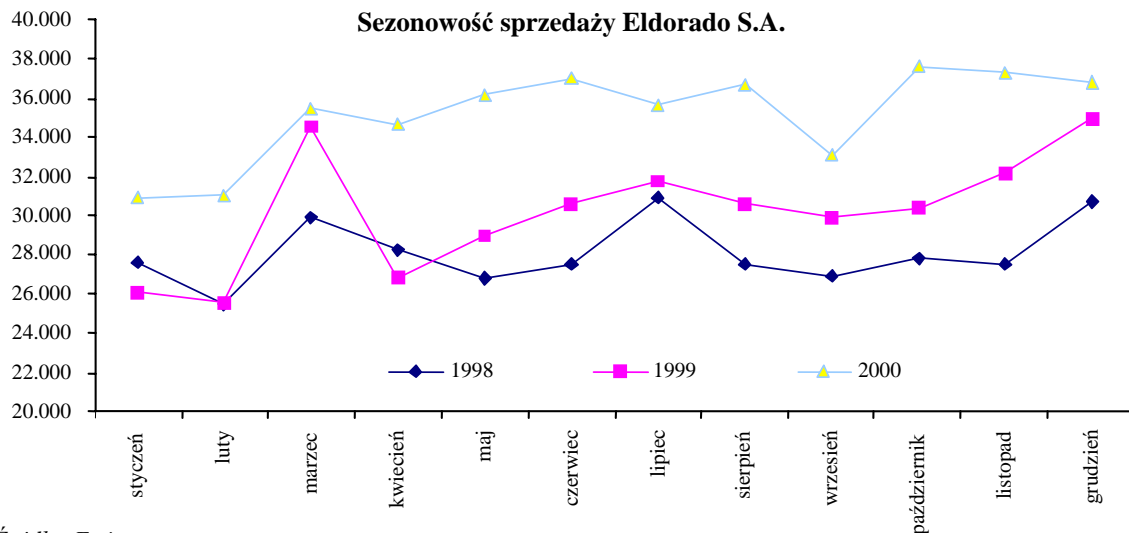
Eldorado jest liderem w dystrybucji artykułów spożywczych w południowo-wschodniej Polsce.

Emitent nie prowadzi sprzedaży zagranicznej.

Podział przychodów Grupy Kapitałowej ze względu na formy działalności przedstawione zostały w punkcie 1 niniejszego Rozdziału.

5. Sezonowość sprzedaży i zapasów Emitenta

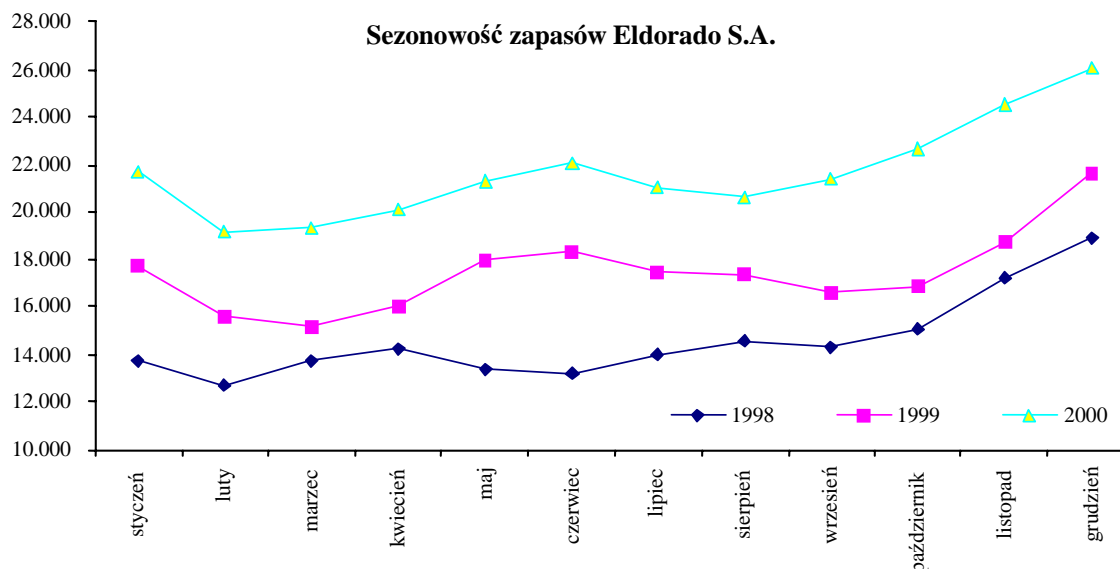
Sprzedaż Emitenta podlega wahaniom sezonowym, które są w znacznym stopniu uzależnione od odnotowywanych w trakcie roku wahań popytu ludności na towary konsumpcyjne. Na wykresie przedstawiono sezonowość sprzedaży Emitenta.



Źródło: Emitent

Wyraźny wzrost sprzedaży (7-10% w stosunku do średniej miesięcznej) notowany jest w miesiącach marzec i grudzień i jest związany ze zwiększonymi zakupami ludności przed świętami Wielkiej Nocy i Bożego Narodzenia.

Podobne sezonowe wahania obserwowane są w przypadku Stokrotki sp. z o.o. Sprzedaż pozostałych Spółek należących do Grupy Kapitałowej nie jest uzależniona od wahań sezonowych.



Źródło: Emitent

Poziom zapasów posiadanych przez Emitenta jest znacznie mniej zmienny i zależy przede wszystkim od poziomu realizowanej sprzedaży. Kulminacja wartości zapasów następuje zwykle w miesiącach zimowych, kiedy ich poziom rośnie przeciętnie o 10-15% w stosunku do przeciętnych wartości. W przypadku pozostałych spółek należących do Grupy Kapitałowej nie stwierdzono znacznych wahań sezonowych wartości zapasów.

6. Dostawcy i odbiorcy Emitenta

Eldorado S.A. prowadzi działalność polegającą na dystrybucji artykułów spożywczych w południowo-wschodniej Polsce. W regionie tym Eldorado S.A. realizowało w latach 1998-2000 ponad 95% sprzedaży. Szczegółową geograficzną strukturę sprzedaży Eldorado S.A. w pierwszej połowie 2001 roku na województwa przedstawiono w punkcie 4.

Poniższa tabela przedstawia sprzedaż Eldorado S.A. w podziale na rodzaje działalności.

Tabela 32. Przychody ze sprzedaży Eldorado S. A. w latach 1998-2000 (tys. zł).

	1998		1999		2000	
	Wartość	Udział	Wartość	Udział	Wartość	Udział
Przychody netto ze sprzedaży	345.345	100,0%	377.577	100,0%	433.916	100,0%
<i>Przychody netto ze sprzedaży produktów</i>	2.328	0,7%	8.842	2,3%	5.921	1,4%
<i>Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów</i>	343.017	99,3%	368.735	97,7%	427.995	98,6%

Źródło: Sprawozdania finansowe

6.1. Dostawcy

Ze względu na charakter działalności Emitent posiada bardzo liczną grupę dostawców działających na terytorium całej Polski. Żaden z podmiotów nie posiada udziału przekraczającego 10%, a 30 największych realizuje 53% wartości dostaw wg danych za 2000 rok.

6.2. Odbiorcy

Klienci korzystający z usług świadczonych przez Eldorado S.A. to w przeważającej części podmioty gospodarcze, których głównym profilem działalności jest handel detaliczny artykułami spożywczymi. Wśród ok. 6.500 odbiorców co miesiąc powtarzających zakupy w Eldorado S.A. znajdują się również mniejsze hurtownie spożywcze oraz odbiorcy instytucjonalni. Sprzedaż do punktów prowadzących dalszą detaliczną dystrybucję stanowi 90,7% obrotu Eldorado S.A. a 9,3% to sprzedaż do podhurtu.

Strategiczną grupę klientów Spółki stanowią średnie i małe sklepy spożywcze. Grupę tę cechuje wciąż bardzo duże rozdrobnienie, choć detaliści zorganizowani w różnych grupach, o obrotach miesięcznych netto wyższych niż 10.000 tys. złotych, stanowią już około 30% sprzedaży Eldorado. W ramach sieci detalicznych wśród klientów Eldorado S.A. dominują przedsięwzięcia działające w ramach jednego podmiotu gospodarczego (sieci sklepów Spółdzielni Spożywców „Społem”, Stokrotka sp. z o.o., Aldik sp. z o.o., Lider-Market S.A.). W ostatnim okresie coraz większą rolę odgrywiają organizacje

franchisingowe (Groszek sp. z o.o., Sklepy Familijne S.A., Costcutter Grupa Detalistów S.A., Nasze Sklepy sp. z o.o., Lewiatan Detal S.A.), które integrują lokalne małe przedsiębiorstwa.

Żaden z odbiorców nie osiąga samodzielnie udziału przekraczającego 10% sprzedaży Eldorado S.A., a 30 największych odbiorców realizuje razem około 30% sprzedaży Emitenta.

7. Umowy istotne dla działalności gospodarczej Grupy Kapitałowej

7.1. Umowy handlowe z odbiorcami produktów oferowanych przez Eldorado S.A.

7.1.1. Umowy zawarte z kluczowymi odbiorcami

7.1.1.1. Informacje ogólne

Eldorado S.A. zawarła ramowe umowy handlowe z największymi odbiorcami produktów znajdujących się w ofercie handlowej Eldorado S.A. Jako kluczowych odbiorców produktów oferowanych przez Eldorado S.A. można zakwalifikować 17 podmiotów. Łączny udział tych podmiotów w sprzedaży Emitenta w okresie pierwszych 6 miesięcy 2001 roku wyniósł ok. 30%, a udział żadnego z kluczowych odbiorców nie przekroczył 10%. Żadna z tych umów pojedynczo nie ma istotnego znaczenia dla działalności gospodarczej Grupy Kapitałowej, umowy te mają natomiast, jako całość, istotne znaczenie dla działalności gospodarczej Grupy Kapitałowej. Poniżej omówiono umowy zawarte z Groszek sp. z o.o., Stokrotka sp. z o.o. oraz z pozostałymi kluczowymi odbiorcami produktów oferowanych przez Eldorado S.A.

7.1.1.2. Umowa handlowa z Groszek sp. z o.o.

Umowa o współpracy gospodarczej z dnia 6 września 2000 roku reguluje zasady współpracy gospodarczej Eldorado S.A. z Groszek sp. z o.o., będącą organizatorem sieci sklepów „Groszek”, prowadzonych przez niezależnych przedsiębiorców na zasadzie franchisingu. Zakres obowiązywania postanowień umowy dotyczy sklepów wchodzących w skład sieci w momencie zawarcia umowy, jak i sklepów, które przystąpią do sieci w trakcie obowiązywania umowy. Na podstawie umowy Eldorado S.A. zobowiązało się do sprzedaży do sklepów wchodzących w skład sieci „Groszek” towarów wchodzących w skład oferty handlowej Eldorado S.A., z uwzględnieniem rabatów oraz warunków płatności określonych w załączniku do umowy. Umowa zawiera także zobowiązania stron w zakresie współpracy w przeprowadzaniu akcji promocyjnych, innych form współpracy marketingowej oraz współpracy w zakresie kontroli prawidłowego dokonywania płatności za towary zamówione w Eldorado S.A. przez sklepy należące do sieci. Zgodnie z przedmiotową umową, Eldorado S.A. posiada status strategicznego dostawcy towarów do sieci sklepów „Groszek”. Groszek sp. z o.o. zobowiązał się do spowodowania, iż sklepy wchodzące w skład sieci „Groszek” będą dokonywać zakupów określonego asortymentu towarów od Eldorado S.A., które z kolei zobowiązane jest do zapewnienia warunków cenowych nie odbiegających od warunków sprzedaży towarów oferowanych przez inne źródła zaopatrzenia oraz do niedokonywania podwyżek cen towarów, poza przypadkami gdy konieczność podniesienia cen wynika z podniesienia stawki podatku VAT, zmiany cen producenta lub dostawcy danego produktu lub zmiany warunków zakupu danego produktu przez Eldorado S.A.

Umowa zawiera także zobowiązania kontrahentów w zakresie zapewnienia możliwości składania zamówień drogą elektroniczną. Umowa przewiduje, że dostawy towarów do sklepów będą dokonywane na koszt Eldorado S.A., które zobowiązane jest także do zapewnienia dostarczania towarów własnym transportem. Umowa przewiduje obowiązek zapłaty przez Eldorado S.A. na rzecz Groszek sp. z o.o. stałego wynagrodzenia rocznego oraz miesięcznego wynagrodzenia w wysokości równej procentowo określonej części sprzedaży Eldorado S.A. na rzecz podmiotów wchodzących w skład sieci „Groszek”.

Przedmiotowa umowa została zawarta na czas nieokreślony. Każda ze stron może rozwiązać umowę z zachowaniem 30-dniowego okresu wypowiedzenia.

Umowa handlowa z Groszek sp. z o.o. jest umową z podmiotem powiązaniem w rozumieniu Rozporządzenia o Prospekcie. Umowa ta ma ponadto istotne znaczenie ze względu na to, iż przychody ze sprzedaży dokonywanej na jej podstawie mają znaczący udział w przychodach Emitenta. W związku z tym umowę należy uznać za istotną dla działalności Emitenta.

7.1.1.3. Umowa handlowa z Stokrotka sp. z o.o.

Na podstawie umowy handlowej z dnia 26 kwietnia 2001 roku, Eldorado S.A. oraz Stokrotka sp. z o.o. ustaliły zasady współpracy handlowej w zakresie stałych dostaw artykułów znajdujących się w ofercie handlowej Eldorado S.A. do placówek handlowych Stokrotka sp. z o.o. Na podstawie umowy Eldorado S.A. zobowiązało się do sprzedaży produktów znajdujących się w ofercie handlowej Eldorado S.A. oraz współdziałania w organizacji akcji promocyjnych Stokrotka sp. z o.o. Ponadto podstawowe zobowiązania Eldorado S.A. wynikające z przedmiotowej umowy obejmują zobowiązanie do stosowania we współpracy z Stokrotka sp. z o.o. warunków handlowych określonych w załączniku do

umowy, który określa wielkość przysługujących Stokrotka sp. z o.o. rabatów w poszczególnych grupach asortymentu handlowego oraz warunki płatności. Podstawowym zobowiązaniem Stokrotka sp. z o.o. wynikającym z umowy jest zobowiązanie do dokonywania regularnych zakupów produktów znajdujących się w ofercie Eldorado S.A. oraz terminowego dokonywania płatności za dostarczony towar.

Umowa przewiduje, że zamówienia handlowe będą składane przez Stokrotka sp. z o.o. wyłącznie drogą elektroniczną. Dostawa zamówionych towarów dokonywana jest na koszt Eldorado S.A. Przedmiotowa umowa została zawarta na czas nieokreślony i obowiązuje od dnia 1 maja 2001 roku. Każda ze stron może rozwiązać umowę z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia.

Umowa handlowa ze Stokrotka sp. z o.o. jest umową z podmiotem powiązaniem w rozumieniu Rozporządzenia o Prospekcie. Umowa ta ma ponadto istotne znaczenie ze względu na to, iż przychody ze sprzedaży dokonywanej na jej podstawie mają znaczący udział w przychodach Emitenta. W związku z tym umowę należy uznać za istotną dla działalności Emitenta.

7.1.1.4. Pozostałe umowy handlowe zawarte z kluczowymi odbiorcami

Umowy te określają warunki współpracy handlowej Eldorado S.A. oraz odbiorców towarów w zakresie stałych dostaw artykułów znajdujących się w ofercie handlowej Eldorado S.A. do placówek handlowych odbiorców. Na podstawie tych umów Eldorado S.A. zobowiązał się do sprzedaży towarów znajdujących się w ofercie handlowej Eldorado S.A. Ponadto podstawowe zobowiązania Eldorado S.A. wynikające z umów zawartych z kluczowymi odbiorcami obejmują zobowiązanie do stosowania we współpracy z kontrahentem warunków handlowych określonych w przedmiotowych umowach lub w załącznikach do przedmiotowych umów, w których określa się przysługujące danemu kontrahentowi rabaty w poszczególnych grupach asortymentu handlowego oraz warunki płatności. W części przedmiotowych umów zawarte jest ponadto zobowiązanie Eldorado S.A. do wyznaczenia przedstawiciela handlowego odpowiedzialnego za bieżące kontakty z kontrahentem oraz do współdziałania przy organizacji akcji promocyjnych kontrahenta. Podstawowym zobowiązaniem kontrahentów Eldorado S.A. wynikającym z umów jest zobowiązanie do dokonywania regularnych zakupów towarów znajdujących się w ofercie Eldorado S.A. oraz terminowego dokonywania płatności za dostarczony towar.

Niektóre spośród przedmiotowych umów zawierają dodatkowe zobowiązania stron, spośród których jako najistotniejsze można wymienić zobowiązania dotyczące współpracy w przeprowadzanych akcjach promocyjnych oraz zobowiązania do udzielania informacji o wielkości sprzedaży w poszczególnych placówkach handlowych.

Dostawa zamówionych towarów dokonywana jest na koszt Eldorado S.A.

Cztery spośród omawianych umów handlowych zostały zawarte z podmiotami będącymi organizatorami sieci sklepów detalicznych prowadzonych przez niezależnych przedsiębiorców. W przypadku tych umów, zobowiązanie do prowadzenia współpracy handlowej polega na prowadzeniu stałych dostaw do sklepów wchodzących w skład tych sieci. Wszystkie z umów zawartych z organizatorami sieci sprzedaży detalicznej przewidują obowiązek dokonywania przez Eldorado S.A. opłat na rzecz podmiotów organizujących sieci sprzedaży detalicznej, w wysokości równej procentowo określonej części sprzedaży Eldorado S.A. na rzecz podmiotów wchodzących w skład sieci sklepów detalicznych zorganizowanej przez danego organizatora sieci.

Przedmiotowe umowy nie zawierają postanowień dotyczących obowiązku zapłaty kar umownych, za wyjątkiem jednej z umów, która zawiera zobowiązanie do zapłaty kary umownej w wysokości 15% wartości zamówionych towarów w przypadku niezrealizowania zamówienia złożonego przez kontrahenta Eldorado S.A. oraz zobowiązanie do zapłaty kary umownej w wysokości 3 tys. złotych w przypadku niewykonania przez jedną ze stron pozostałych obowiązków określonych w treści umowy.

Opisywane umowy handlowe nie przewidują szczególnych form zabezpieczenia spłaty należności za produkty nabywane od Eldorado S.A., za wyjątkiem jednej z umów, która przewiduje zabezpieczenie w formie notarialnego oświadczenia kontrahenta Eldorado S.A. o poddaniu się egzekucji oraz jednej z umów zawartych z organizatorem sieci sklepów detalicznych, na podstawie której sklepy wchodzące w skład sieci wystawiły na rzecz Eldorado S.A. weksle gwarancyjne wraz z deklaracjami wekslowymi uprawniającymi Eldorado S.A. do uzupełnienia weksli w przypadku niedokonania zapłaty za produkty kupione od Eldorado S.A.

Przedmiotowe umowy handlowe są zawarte na czas nieokreślony, za wyjątkiem jednej umowy, która została zawarta na okres dwunastu miesięcy począwszy od dnia 1 kwietnia 2001 roku. Terminy wypowiedzenia przedmiotowych umów wynoszą od jednego do trzech miesięcy, z tym że niektóre z umów przewidują możliwość rozwiązania umowy bez zachowania terminu wypowiedzenia lub zachowaniem krótszego terminu wypowiedzenia w przypadku naruszenia zobowiązań określonych w umowach.

Umowy opisane powyżej określają zasady współpracy handlowej Emitenta z jego najważniejszymi partnerami handlowymi. Wraz z umowami opisanymi w pkt. 7.1.1.2. i 7.1.1.3, na podstawie opisanych umów zrealizowano ok. 30% sprzedaży Emitenta w okresie pierwszego półrocza 2001 roku. Dlatego też umowy te należy uznać za istotne dla działalności Emitenta.

7.1.2. Umowy zawarte z pozostałymi odbiorcami

Pozostali odbiorcy produktów oferowanych przez Eldorado S.A. prowadzą współpracę handlową na podstawie ogólnych warunków logistycznych, cenowych i kredytowych stosowanych przez Eldorado S.A. Z odbiorcami tymi nie zostały zawarte umowy o współpracy handlowej, za wyjątkiem 11 podmiotów, z którymi zawarto umowy dotyczące udzielenia rabatów w stosunku do cen wynikających z aktualnych cenników Eldorado S.A. Żadna z tych umów nie ma istotnego znaczenia dla działalności gospodarczej prowadzonej przez Grupę Kapitałową.

7.2. Umowy dotyczące działalności elektronicznego rynku hurtowego „eHurtownia”

7.2.1. Uwagi ogólne

Umowy związane z działalnością rynku hurtowego „eHurtownia” dotyczą nowej i potencjalnie bardzo istotnej części działalności Emitenta – prowadzenia działalności handlowej, a także marketingowej za pośrednictwem sieci Internet. Ponadto umowy opisane w punktach 7.2.2 oraz 7.2.3 regulują zasady współpracy z jednym z najważniejszych światowych producentów produktów oferowanych przez Emitenta. Z tych względów opisane poniżej umowy należy uznać za istotne dla działalności Emitenta.

7.2.2. Umowa handlowa z Unilever Polska S.A.

Na podstawie umowy z dnia 5 grudnia 2000 roku, Eldorado S.A. zobowiązało się do realizacji usług marketingowych i dystrybucyjnych na rzecz Unilever Polska S.A. z siedzibą w Warszawie. Zakres usług określonych w umowie obejmuje między innymi: utrzymanie ciągłości sprzedaży hurtowej towarów zakupionych przez Eldorado S.A. od Unilever Polska S.A., eksponowanie produktów Unilever Polska S.A. w sposób wyróżniony w stosunku do innych produktów, stosowanie określonych środków marketingowych, realizację polityki asortymentowej i marżowej uzgodnionej z Unilever Polska S.A. w zakresie produktów tej firmy oraz umieszczenie uzgodnionych produktów Unilever Polska S.A. w ofercie Eldorado S.A. dostępnej za pośrednictwem modemu i Internetu. Przedmiotowa umowa zawiera także zobowiązanie Eldorado S.A. do zaopatrywania się wyłącznie w Unilever Polska S.A. w towary wchodzące w skład ustalonego odrębnie asortymentu towarów.

Umowa zawiera zobowiązanie Unilever Polska S.A. do wspierania rozwoju elektronicznego rynku hurtowego „eHurtownia” w Polsce. W zamian za usługi świadczone na podstawie umowy, Eldorado S.A. otrzymało jednorazowe wynagrodzenie w wysokości określonej kwotowo.

Umowa nakłada ponadto na Eldorado S.A. obowiązek zorganizowania sieci sprzedaży składającej się ze 100 sklepów, zawarcia umów z tymi sklepami, mających na celu zapewnienie ciągłości podaży i wyeksponowanie produktów Unilever Polska S.A., a także obowiązek kontroli wykonania i zapewnienia wykonania umów zawartych ze sklepami oraz obowiązek informowania Unilever Polska S.A. o wynikach kontroli wykonania umów przez sklepy. Umowa przewiduje, że w przypadku niewykonania wyżej wymienionych zobowiązań, Eldorado S.A. będzie zobowiązane do zapłaty kary umownej w wysokości w wysokości określonej kwotowo za każdy sklep, w którym nie doszło do wykonania powyższych zobowiązań.

Umowa została zawarta na okres do dnia 5 grudnia 2001 roku i może być rozwiązana przez każdą ze stron z zachowaniem siedmiodniowego okresu wypowiedzenia, w przypadku niewykonania postanowień umownych. W przypadku rozwiązania przedmiotowej umowy, Eldorado S.A. będzie zobowiązane do zwrotu otrzymanego wynagrodzenia, w części odpowiadającej nie zrealizowanym obowiązkom Eldorado S.A. w zakresie współpracy ze sklepami.

7.2.3. Umowy z odbiorcami produktów Unilever Polska S.A. korzystającymi z systemu „eHurtownia”

Wykonując postanowienia umowy zawartej przez Eldorado S.A. oraz Unilever Polska S.A., Eldorado S.A. zawarło umowy z przedsiębiorcami prowadzącymi sklepy detaliczne. Zawartych zostało 100 umów w oparciu o standardowy wzór umowy. Żadna z tych umów pojedynczo nie ma istotnego znaczenia dla działalności Grupy Kapitałowej Eldorado.

Zawarte umowy przewidują zobowiązanie kontrahentów Eldorado S.A. do eksponowania produktów Unilever Polska S.A. w sposób wyróżniony, umieszczenia stałej ekspozycji promocyjnej produktów Unilever Polska S.A., wyposażenia placówek handlowych w sprzęt komputerowy oraz szybkie łącze internetowe umożliwiające składanie zamówień drogą elektroniczną, składania zamówień w Eldorado S.A. wyłącznie drogą elektroniczną. Ponadto zawarte umowy zobowiązują kontrahentów Eldorado S.A. do kupowania wyłącznie od Eldorado S.A. oraz stałego utrzymywania w swojej ofercie asortymentu towarów,

który został określony szczegółowo w załącznikach do zawartych umów. Umowy zobowiązują kontrahentów Eldorado S.A. do systematycznych zakupów przez sklepy detaliczne, których dotyczą przedmiotowe umowy, towarów dystrybuowanych przez Eldorado S.A. za kwotę nie niższą niż określony kwotowo miesięczny limit.

Z tytułu przedmiotowych umów Eldorado S.A. zapłaciło każdemu z kontrahentów jednorazowe wynagrodzenie w wysokości określonej kwotowo. Umowy przewidują, że w przypadku niewykonania przez kontrahenta zobowiązań wynikających z przedmiotowych umów, Eldorado S.A. będzie uprawnione do otrzymania kary umownej w wysokości nie większej niż kwota wynagrodzenia otrzymana od Eldorado S.A. z tytułu zawartej umowy. Zgodnie z umowami, wysokość kary umownej będzie zależeć od stopnia naruszenia obowiązków wynikających z umowy.

Umowy zostały zawarte na czas określony do dnia 30 czerwca 2002 roku i mogą być rozwiązane przez Eldorado S.A. ze skutkiem natychmiastowym w przypadku niewykonania zobowiązań umownych przez kontrahenta Eldorado S.A. Kontrahenci Eldorado S.A. mogą rozwiązać zawarte umowy z zachowaniem siedmiodniowego okresu wypowiedzenia, z tym że zgodnie z umową takie wypowiedzenie będzie traktowane jak naruszenie zobowiązań wynikających z umowy i będzie skutkowało obowiązkiem zapłaty kary umownej w wysokości równej otrzymanemu od Eldorado S.A. wynagrodzeniu. Opisane powyżej postanowienie dotyczące kary umownej może zostać uznane za niezgodne z przepisem art. 483 Kodeksu Cywilnego, który określa warunki, jakim powinno odpowiadać zastrzeżenie kary umownej i może okazać się niemożliwe do wyegzekwowania na drodze sądowej.

7.2.4. Pozostałe umowy z odbiorcami produktów korzystającymi z elektronicznego rynku hurtowego „eHurtownia”

Eldorado S.A. zawarło ponadto umowy z 42 przedsiębiorcami prowadzącymi sklepy detaliczne dotyczące korzystania przez nich z elektronicznego rynku hurtowego „eHurtownia”. Umowy te zostały zawarte w oparciu o standardowy wzór umowy. Żadna z tych umów pojedynczo nie ma istotnego znaczenia dla działalności Grupy Kapitałowej Eldorado.

Zawarte umowy przewidują zobowiązanie kontrahentów Eldorado S.A. do: stałego utrzymywania w swojej ofercie towarów kupowanych od Eldorado S.A. oraz wspólnego prowadzenia akcji promocyjnych, a także wyposażenia placówek handlowych w sprzęt komputerowy oraz szybkie łącze internetowe umożliwiające składanie zamówień drogą elektroniczną, składania zamówień w Eldorado S.A. wyłącznie drogą elektroniczną. Umowy zobowiązują kontrahentów Eldorado S.A. do systematycznych zakupów przez sklepy detaliczne, których dotyczą przedmiotowe umowy, towarów dystrybuowanych przez Eldorado S.A. za kwotę nie niższą niż określony kwotowo miesięczny limit.

Z tytułu przedmiotowych umów Eldorado S.A. zapłaciło każdemu z kontrahentów jednorazowe wynagrodzenie w wysokości określonej kwotowo (poszczególne umowy przewidują wynagrodzenia w różnych wysokościach). Umowy przewidują, że w przypadku niewykonania przez kontrahenta zobowiązań wynikających z przedmiotowych umów, Eldorado S.A. będzie uprawnione do otrzymania kary umownej w wysokości nie większej niż kwota określona w umowie (poszczególne umowy przewidują różne kwoty kar umownych).

Umowy zostały zawarte na czas jednego roku od dnia zawarcia i mogą być rozwiązane przez każdą ze stron z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia.

7.3. Umowy zawarte przez Emitenta z dostawcami

Emitent współpracuje z ok. 320 producentami lub dostawcami. Z 90 producentami podpisano ramowe umowy o współpracy. Na największego z producentów przypada nie więcej niż 5% obrotów Emitenta.

Przedmiotem umów jest określenie warunków współpracy stron w zakresie dostaw dystrybucji i promocji produktów oferowanych przez danego producenta lub dostawcę. Umowy określają szczegółowo procedury składania zamówień, reklamacji oraz realizacji płatności. Ponadto w umowach znajdują się postanowienia dotyczące udzielenia kredytu kupieckiego, cen rekomendowanych, obszaru dystrybucji, wielkości zamówień, warunków przechowywania produktów, dostarczania materiałów reklamowych oraz zabezpieczenia płatności.

Dostawca z reguły udziela Emitentowi upustu podstawowego w wysokości określonej procentowo. Warunkiem otrzymania tego upustu jest przestrzeganie polityki handlowej Dostawcy, wprowadzanie nowych produktów Dostawcy, udzielanie informacji na temat stanów magazynowych oraz wielkości sprzedaży, współudział w tworzeniu rocznych programów sprzedaży, aktywne uczestnictwo w programach marketingowych. Ponadto istnieje możliwość udzielenia Emitentowi dalszego upustu z tytułu posiadania przez Emitenta wszystkich produktów Dostawcy, a także innych okoliczności przewidzianych w poszczególnych umowach. Strony ponadto ustanawiają limity wielkości sprzedaży, osiągnięcie których premiowane jest kolejnymi upustami.

Zapłata ceny dokonywana jest na podstawie faktury z przedłużonym terminem płatności. Umowy przewidują także dalsze upusty i rabaty w przypadku zrealizowania płatności przed terminem wskazanym na fakturze.

Poniżej przedstawiony został wykaz najważniejszych umów o współpracę z dostawcami i producentami, stanowiących łącznie 36% obrotu Emitenta w 2000 roku.

1. Umowa dystrybucyjna z dnia 1 grudnia 2000 roku z Hortex Holding S.A. z siedzibą w Płońsku. Przedmiotem umowy jest dostawa towarów – soków i napojów. Hortex Holding S.A. udziela Eldorado S.A. na podstawie umowy upustów od obowiązujących aktualnie cen za m.in. stałe oferowanie pełnego asortymentu, a także dodatkowych rabatów za przekroczenie określonych w umowie progów sprzedaży. Umowa została zawarta na czas nieokreślony, z możliwością rozwiązania z jednomiesięcznym terminem wypowiedzenia.
2. Umowa o współpracy z dnia 9 marca 2000 roku pomiędzy z ESI Distribution sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Przedmiotem umowy jest dostawa wody mineralnej „Nałęczowianka”. Umowa przewiduje ponadto prowadzenie przez ESI Distribution sp. z o.o. szkoleń i akcji promocyjnych. W umowie przewidziano rabaty z tytułu m.in. z tytułu dokonywania zakupów w ilości określonej w umowie i stałego oferowania dostarczanych towarów. Umowa została zawarta na czas nieokreślony;
3. Porozumienie o współpracy z dnia 1 września 1999 roku z HOOP S.A. z siedzibą w Warszawie. Przedmiotem umowy jest dostawa towarów – napojów, do wyznaczonych punktów sprzedaży na obszarach byłych województw: lubelskiego, zamojskiego, chełmskiego, tarnobrzeskiego, bialsko-podlaskiego, ponadto w umowie zadeklarowano współpracę w zakresie promocji i reklamy. HOOP S.A. udziela Eldorado S.A. rabatów z tytułu m.in. obsługi sprzedaży hurtowej i wykonania określonego w umowie limitu sprzedaży. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością wypowiedzenia z zachowaniem jednomiesięcznego terminu wypowiedzenia;
4. Umowa dystrybucyjna z dnia 21 lutego 2001 roku z DODONI s.c. z siedzibą w Suchedniowie. Przedmiotem umowy jest dostarczanie towarów – napojów i wód. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością rozwiązania z jednomiesięcznym terminem wypowiedzenia;
5. Umowa z dnia 22 stycznia 2001 roku pomiędzy Master Foods Polska sp. z o.o. z siedzibą w miejscowości Kożuszki-Parcel. Przedmiotem umowy warunki sprzedaży i odsprzedaży dostarczonych towarów, głównie słodyczy, dań gotowych, pokarmów dla zwierząt. W umowie przewidziano rabaty z tytułu m.in. dokonywania zakupów ponad określony w umowie limit. Master Foods Polska sp. z o.o. jest uprawniona do dokonania jednostronnej zmiany wysokości rabatów z tytułu umowy. Każdej ze stron umowy przysługuje prawo wypowiedzenia warunków handlowych z trzydziestodniowym terminem wypowiedzenia oraz ze skutkiem natychmiastowym w przypadku rażącego naruszenia obowiązków przez drugą stronę;
6. Umowa sprzedaży z dnia 18 grudnia 1998 roku z Wrigley Distribution sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu. Przedmiotem umowy są warunki zawierania i wykonywania umów sprzedaży towarów, w tym gum do żucia i zapewnienie dostaw do wyznaczonych punktów sprzedaży. Wrigley Distribution sp. z o.o. udziela rabatów m.in. z tytułu dokonania zakupów w określonych w umowie ilościach, a także rozszerzenia zasięgu sprzedaży, poprzez zwiększenie punktów sprzedaży, towarów dostarczanych przez Wrigley Distribution sp. z o.o. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością rozwiązania z jednomiesięcznym terminem wypowiedzenia;
7. Umowa z dnia 31 stycznia 2001 roku z przedsiębiorstwem cukierniczym Jutrzenka S.A. z siedzibą w Bydgoszczy. Przedmiotem umowy jest określenie warunków współpracy w zakresie sprzedaży i dystrybucji następujących towarów – wyrobów cukierniczych i słodyczy. W umowie przewidziano upusty, w tym z tytułu przekroczenia określonych w umowie limitów zakupów i prowadzenia działań promocyjnych. Na podstawie umowy Jutrzenka S.A. przysługują uprawnienia dotyczące kontroli przechowywanych towarów. Umowa została zawarta do dnia 1 lutego 2002 roku;
8. Umowa dystrybucyjna z dnia 2 stycznia 2001 roku z Browarami Lubelskimi S.A. Przedmiotem umowy jest dystrybucja piwa. Na mocy umowy Eldorado S.A. przysługują upusty w stosunku do cen podstawowych produktów sprzedawanych przez Browary Lubelskie S.A. Umowa została zawarta na czas nieokreślony, z możliwością rozwiązania za porozumieniem stron, z jednomiesięcznym terminem wypowiedzenia;
9. Umowa o współpracy z dnia 1 stycznia 2001 roku z Lubella S.A. z siedzibą w Lublinie. Przedmiotem umowy jest dostawa towarów, w tym makaronów. W umowie przewidziano upusty m.in. uzależnione od wysokości obrotów pomiędzy jej stronami. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością rozwiązania z zachowaniem jednomiesięcznego terminu wypowiedzenia;
10. Umowa dystrybucyjna z dnia 1 marca 2000 roku z Nestle Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Przedmiotem umowy jest określenie warunków dystrybucji następujących towarów – produktów kulinarnych, napojów i odżywek dla dzieci i słodyczy. Umowa przewiduje minimalne transze zamówień oraz upusty uzależnione od wysokości obrotu. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością jej rozwiązania z jednomiesięcznym terminem wypowiedzenia;
11. Umowa Handlowa na rok 2001 zawarta dnia 28 lutego 2001 roku z Zakładami Przemysłu Tłuszczowego w Warszawie S.A. z siedzibą w Warszawie. Przedmiotem umowy są warunki dystrybucji towarów. Umowa przewiduje m.in. upusty oraz premie za terminowe płatności. Każdej ze stron przysługuje prawo odstąpienia od umowy z zachowaniem trzymiesięcznego terminu wypowiedzenia;
12. Umowa o współpracy w zakresie dystrybucji i sprzedaży z Unilever Polska S.A. z siedzibą w Katowicach z dnia 1 stycznia 2001 roku. Przedmiotem umowy są warunki dostawy następujących towarów – tłuszcze i herbaty.

- W umowie przewidziano rabaty m.in. za wykonanie przez Eldorado S.A. sprzedaży w określonej wysokości towarów dostarczanych na podstawie umowy na rzecz odbiorców detalicznych. Umowa została zawarta na czas nieokreślony, z możliwością jej rozwiązania z dwumiesięcznym wypowiedzeniem;
13. Umowa o dystrybucję z dnia 1 marca 2001 z Spółdzielnią Mleczarską MLEKPOL z siedzibą w Grajewie. Przedmiotem umowy jest prowadzenie działalności dystrybucyjnej wyrobów spożywczych – nabiału, mleka, tłuszczu mlecznych, serów itp., ponadto umowa przewiduje współpracę w zakresie reklamy i promocji towarów. W umowie przewidziano upusty m.in. w zależności od wielkości obrotu na podstawie umowy. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością rozwiązania z miesięcznym terminem wypowiedzenia;
 14. Umowa o dystrybucję wyrobów z dnia 30 sierpnia 1999 roku z Przedsiębiorstwem Toruń-Pacific, Cereal Partners Poland sp. z o.o. z siedzibą w Toruniu. Przedmiotem umowy jest współpraca stron w zakresie sprzedaży i dystrybucji towarów, takich jak płatki kukurydziane, musli, płatki pszenne. Umowa przewiduje ponadto udzielanie Eldorado S.A. upustów obliczanych w zależności od wielkości zamówienia. Umowa została zawarta na okres jednego roku do dnia 30 sierpnia 2000 i ulega automatycznemu przedłużeniu na okres następnego roku, chyba że zostanie wypowiedziana na 30 dni przed upływem rocznego terminu;
 15. Umowa z dnia 21 czerwca 2000 roku z ZPC Mieszko S.A. z siedzibą w Raciborzu. Przedmiotem umowy jest współpraca dotycząca zakupu i sprzedaży towarów oraz przy prowadzeniu akcji promocyjnych. W umowie przewidziano rabaty, w tym zależny od wysokości sprzedaży produktów na podstawie umowy. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością rozwiązania z zachowaniem trzymiesięcznego terminu wypowiedzenia;
 16. Umowa handlowa z dnia 1 grudnia 2000 roku z Zakładami Tłuszczowymi „Bielmar” sp. z o.o. z siedzibą w Bielsku-Białej. Przedmiotem umowy jest sprzedaż tłuszczów roślinnych, tj. margaryny i olejów roślinnych. W umowie przewidziano upust z tytułu prowadzenia dystrybucji. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością rozwiązania za trzymiesięcznym terminem wypowiedzenia;
 17. Porozumienie o współpracy w zakresie wspólnych działań handlowych z dnia 2 stycznia 2001 z Elmilk sp. z o.o. z siedzibą w Szczecinku. Przedmiotem porozumienia jest określenie warunków współpracy przy sprzedaży, a także określenie zakresu współpracy przy promocjach;
 18. Zasady Współpracy Handlowej zawarte 21 kwietnia 2001 z Danone sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Ich przedmiotem są zasady współpracy przy sprzedaży pełnego asortymentu produktów dostarczanych przez Danone sp. z o.o., w tym określenie minimalnej wielkości zamówień i rabatów;
 19. Umowa o współpracy w zakresie dystrybucji zawarta w dniu 1 lipca 2000 roku z Zakładami Tłuszczowymi „Kruszwica” S.A. z siedzibą w Kruszwicy. Przedmiotem umowy jest określenie warunków sprzedaży i dystrybucji towarów takich jak margaryny, oleje roślinne konfekcjonowane, tłuszcze, oliwa i oliwki. Na podstawie umowy Eldorado S.A. przysługują bonifikaty, w tym z tytułu prowadzenia dystrybucji. Umowa została zawarta do 31 grudnia 2001 roku z możliwością rozwiązania z zachowaniem jednomiesięcznego terminu wypowiedzenia;
 20. Umowa z dnia 2 stycznia 1999 roku z Zott – Polen sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu. Przedmiotem umowy jest sprzedaż i kupno produktów przetwórstwa mleczarskiego, a także określenie wysokości przysługujących Eldorado S.A. rabatów;
 21. Umowa o współpracy z dnia 1 października 1999 roku pomiędzy Bestfoods Polska sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, zmienioną dwoma aneksami z dnia 1 marca 2000 roku i z dnia 25 października 2000 roku. Przedmiotem umowy są warunki sprzedaży dostarczanych towarów. Przewidziano udzielenie upustów ilościowych, płatniczych, z tytułu handlu hurtowego, a także za osiągnięcie sprzedaży w określonej wysokości. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością rozwiązania z zachowaniem trzymiesięcznego terminu wypowiedzenia;
 22. Umowa w zakresie współpracy handlowej i dostawy z dnia 21 września 1999 roku z Alima-Gerber S.A. z siedzibą w Lublinie. Przedmiotem umowy jest określenie warunków sprzedaży i dystrybucji towarów, w tym m.in. soków i odżywek dla dzieci, oraz zasad współpracy przy ich promocji. W umowie przewidziano bonifikaty, w tym od wielkości zamówienia w wysokości oraz oferowania pełnego asortymentu. Umowa została zawarta na okres jednego roku, tj. do 1 października 2001, i ulega automatycznemu przedłużeniu na następny rok, o ile na miesiąc przed jej wygaśnięciem strony nie postanowią inaczej. Umowa może zostać rozwiązana z zachowaniem jednomiesięcznego terminu wypowiedzenia;
 23. Umowa handlowa z dnia 1 stycznia 1999 roku z Ryszardem Lechowskim, prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe PRYMAT w Jastrzębiu Zdroju, zmieniona czterema aneksami z dnia 15 stycznia 1999 roku i z dnia 1 lutego 2000 roku. Przedmiotem umowy są warunki sprzedaży, dystrybucji oraz promocji towarów, dostarczanych na podstawie umowy. Zgodnie z treścią umowy Eldorado S.A. przysługuje stały rabat cenowy, jak również rabat uzależniony od wielkości obrotów zależnościami od obrotów. Umowa została zawarta na czas nieokreślony, z możliwością jej rozwiązania z zachowaniem trzymiesięcznego terminu wypowiedzenia.
 24. Umowa dystrybucyjna z dnia 3 stycznia 2000 roku z Przedsiębiorstwem Produkcyjnym Środki Odżywcze GELLWE sp. z o.o. z siedzibą w Zabierzowie; zmienioną dwoma aneksami ostatni z dnia 3 stycznia 2000 roku. Przedmiotem umowy są zasady dystrybucji i promocji dostarczanych towarów. Z tytułu umowy Eldorado S.A. przysługują rabaty w wysokości określonej w umowie. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością rozwiązania z 30 dniowym terminem wypowiedzenia;

25. Umowa dostawy z dnia 1 lutego 2000 roku z Delecta S.A. z siedzibą we Włocławku. Przedmiotem umowy są warunki sprzedaży wyrobów cukierniczych, takich jak rolady, ciastka i spody tortowe. W umowie przewidziano udzielanie Eldorado S.A. rabatów w określonej w umowie wysokości w zależności od osiągniętego na jej podstawie obrotu. Umowę zawarto na czas nieokreślony z możliwością rozwiązania z zachowaniem jednomiesięcznego terminu wypowiedzenia;
26. Umowa współpracy handlowej z dnia 1 sierpnia 2000 roku z Big-Fish S.A. z siedzibą we Włocławku, Przedmiotem umowy są warunki dystrybucji produktów – konserw rybnych. Umowa przyznaje Eldorado S.A. rabat. Umowę zawarto na czas nieokreślony z możliwością jej rozwiązania z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia;
27. Umowa o współpracy handlowej i dostawach towarów z dnia 5 października 2001 roku z „OVITA NUTRICIA” sp. z o.o. z siedzibą w Opolu. Przedmiotem umowy jest określenie zasad współpracy dotyczącej nabywania przez Emitenta artykułów spożywczych. Ponadto na jej podstawie „OVITA NUTRICIA” sp. z o.o. jest zobowiązana do udziału w prowadzonych przez Emitenta akcjach promocyjnych. Umowa przewiduje również, iż Emitent uprawniony jest do upustów. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością wypowiedzenia z zachowaniem 30-dniowego okresu wypowiedzenia.

Ponadto współpraca handlowa z Tchibo Warszawa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Cadbury Wedel S.A. z siedzibą w Warszawie i Leaf Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest prowadzona na podstawie przedstawionych przez wymienione ogólnych warunków sprzedaży przyjętych przez Eldorado S.A.

Umowy opisane powyżej są umowami z najważniejszymi dostawcami Emitenta. Pomimo, że żadna ze wskazanych umów pojedynczo nie jest umową istotną w rozumieniu Rozporządzenia o Prospekcie, to biorąc pod uwagę fakt, iż podmioty, z którymi zawarte zostały umowy odpowiadały w roku 2000 za 36% obrotu Emitenta po stronie zakupów, łącznie umowy te są istotne dla działalności Emitenta.

7.4. Umowy związane z budową i wyposażaniem Centrum Logistycznego

7.4.1. Umowa o roboty budowlane związane z budową Centrum Logistycznego

Emitent zawarł w dniu 19 kwietnia 2001 roku umowę o roboty budowlane z Przedsiębiorstwem Budowlanym „Konsbud” sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie. Na podstawie umowy Przedsiębiorstwo Budowlane „Konsbud” sp. z o.o. wykona na rzecz Emitenta roboty budowlane dotyczące budowy Centrum Logistycznego w Lublinie. Roboty budowlane prowadzone będą na podstawie dokumentacji technicznej, specyfikacji materiałowo-technologicznej oraz bieżących uzgodnień z Emitentem. Roboty budowlane mają być zakończone do dnia 15 listopada 2001 roku. Przedsiębiorstwo Budowlane „Konsbud” sp. z o.o. jest także zobowiązane do zapewnienia właściwych warunków na terenie zaplecza prowadzonej budowy, ubezpieczenia prowadzonej budowy od odpowiedzialności cywilnej, odpowiada także na zasadzie ryzyka za szkody poniesione przez osoby trzecie lub Emitenta wywołane przez prowadzoną przez niego na podstawie umowy działalność, jak również za działanie lub zaniechanie zatrudnionych podwykonawców. W przypadku konieczności dokonania dodatkowych prac związanych z przedmiotem umowy, Przedsiębiorstwo Budowlane „Konsbud” sp. z o.o. będzie obowiązane do wykonania ich za dodatkowym wynagrodzeniem.

Wynagrodzenie Przedsiębiorstwa Budowlanego „Konsbud” sp. z o.o. z tytułu umowy będzie obliczone na podstawie wykonanych robót, których wartość zostanie ustalona według cen określonych w zaakceptowanym przez Emitenta kosztorysie ofertowym. Wysokość wynagrodzenia nie może jednak przewyższyć kwoty 12.670 tys. zł netto.

W przypadku zwłoki w wykonaniu przez Przedsiębiorstwo Budowlane „Konsbud” sp. z o.o. prac określonych w umowie, będzie ono zobowiązane do zapłaty na rzecz Emitenta kary umownej w wysokości 1% należnego wynagrodzenia za każdy dzień zwłoki. Jeżeli Przedsiębiorstwo Budowlane „Konsbud” sp. z o.o. nie usunie w terminie wad stwierdzonych przy odbiorze lub w okresie rękojmi, będzie zobowiązane do zapłaty kary umownej w wysokości 1% wartości elementu budowy, którego dotyczą wady za każdy dzień zwłoki. W przypadku odstąpienia przez Emitenta od umowy z powodu nienależytego jej wykonywania przez Przedsiębiorstwo Budowlane „Konsbud” sp. z o.o. lub rozwiązania umowy z powodów leżących po stronie Przedsiębiorstwa Budowlanego „Konsbud” sp. z o.o. Emitentowi przysługiwać będzie kara umowna w wysokości 10% wynagrodzenia należnego drugiej stronie umowy. W przypadku zaś zwłoki Emitenta w odebraniu budowy będzie on zobowiązany do zapłaty kary umownej w wysokości 1% należnego wynagrodzenia na rzecz Przedsiębiorstwa Budowlanego „Konsbud” sp. z o.o. za każdy dzień zwłoki. Jeżeli Przedsiębiorstwo Budowlane „Konsbud” sp. z o.o. odstąpi od umowy z uwagi na niemożność jej wykonywania na skutek działań Emitenta lub umowa zostanie rozwiązana z powodu okoliczności dotyczących Emitenta, Przedsiębiorstwu Budowlanemu „Konsbud” sp. z o.o. przysługiwać będzie możliwość domagania się kary umownej w wysokości 10% wynagrodzenia z tytułu umowy.

Z tytułu umowy Emitentowi przysługiwać będzie rękojmia za wady budynku istniejące w czasie odbioru oraz za powstałe po odbiorze, chyba że nie wynikły one z przyczyn tkwiących w obiekcie w czasie odbioru. Uprawnienie to będzie obowiązywać przez okres 3 lat od końcowego odbioru budowy.

Umowa jest istotna dla działalności Emitenta ze względu na wysokość wynagrodzenia należnego z tytułu jej wykonania oraz na fakt, iż dotyczy ona znaczącej rozbudowy infrastruktury przedsiębiorstwa Emitenta.

7.4.2. Umowa z *Mechanical Handling Consultatants sp. z o.o.*

W dniu 31 sierpnia 2001 roku Emitent zawarł z Mechanical Handling Consultatants sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie umowę sprzedaży. Na jej podstawie Emitent nabył 5 wózków widłowych za łączną kwotę 413.435 zł netto. Dostawa przedmiotu umowy ma nastąpić do dnia 15 listopada 2001 roku i stanowić ma wyposażenie Centrum Logistycznego. Ponadto Emitent zobowiązał się do nabycia dalszych wózków widłowych za kwotę nie mniejszą niż równowartość 493.847 koron szwedzkich (196.896,79 zł).

W przypadku, gdy dostawa przedmiotu umowy nie zostanie dokonana w terminie, Mechanical Handling Consultatants sp. z o.o. zobowiązany będzie do udostępnienia na swój koszt wózków zastępczych lub pokrycia kosztów ich wypożyczenia przez Emitenta.

Umowa jest umową istotną z uwagi na fakt, iż dotyczy wyposażenia Centrum Logistycznego i ze względu na jej wartość.

7.5. Umowy zawarte przez Groszek sp. z o.o.

7.5.1. Umowy franszysowe

Groszek sp. z o.o. jest stroną 110 tzw. umów franszysowych. Umowy te są zawierane na podstawie jednolitego wzorca. Różnice dotyczą jedynie wysokości tzw. opłat franszysowych płaconych przez kontrahentów na rzecz Groszek sp. z o.o. Żadna ze wspomnianych umów odrębnie nie jest umową istotną dla działalności Grupy Kapitałowej, jednak jako całość są one istotne.

Na podstawie umowy franszysowej, Groszek sp. z o.o. – franszyzodawca udziela drugiej stronie umowy – franszyzobiorcy zgody na korzystanie ze znaku towarowego „groszek” i „groszek twój sklep na co dzień”, stosowania jednolitego dla wszystkich sklepów prowadzonych na podstawie umowy franszysowej, wystroju sklepu, a także udostępnia możliwość wykorzystywania posiadanego *know-how*. Franszyzobiorca jest również uprawniony i zobowiązany do zawierania umów dostawy wyłącznie z dostawcami wskazanymi przez Groszek sp. z o.o. w odniesieniu do podstawowej grupy towarów, takich jak np. artykuły spożywcze (np. wędliny, napoje), alkohol, papierosy i prasa. Pozostałe towary winny być w miarę możliwości nabywane również u dostawców wskazanych przez Groszek sp. z o.o. Franszyzobiorca może nabywać towary od dostawców innych niż wskazani przez Groszek sp. z o.o., jeżeli warunki proponowane przez innych dostawców są znacząco korzystniejsze niż oferowane przez dostawców wskazanych przez Groszek sp. z o.o. Możliwość taka istnieje wówczas, gdy warunki innego dostawcy będą korzystniejsze dla franszyzobiorcy przez okres dłuższy niż miesiąc, a ceny oferowane przez nich będą niższe o 1-2% w zależności od towaru. Franszyzobiorca jest zobowiązany do stosowania ustalonego przez Groszek sp. z o.o. wystroju i wyposażenia sklepu. Groszek sp. z o.o. jest na podstawie umowy zobowiązany do prowadzenia szkoleń dla personelu franszyzobiorcy. W zależności od rodzaju szkolenia mogą być one nieodpłatne bądź podlegają opłacie. Franszyzobiorca jest zobowiązany do niewykorzystywania znaków towarowych udostępnionych na podstawie umowy, do celów innych niż w niej określone, a także do nieujawniania *know-how* Groszek sp. z o.o. Franszyzobiorca nie jest uprawniony do przeniesienia praw z umowy na inny podmiot. Nie może on również prowadzić innej działalności na zasadach zbliżonych do określonych w umowie franszysowej, z podmiotem innym niż Groszek sp. z o.o. Umowa franszysowa określa również zakres terytorialny działania franszyzobiorcy. W przypadku prowadzenia przez Groszek sp. z o.o. akcji promocyjnej sklepów działających na podstawie umów franszysowych, franszyzobiorca ma obowiązek uczestniczenia w promocji. Zgodnie z umową Groszek sp. z o.o. jest uprawniony do prowadzenia kontroli (wizytacji) sklepów, prowadzonych przez franszyzobiorców, którzy są zobowiązani także do składania okresowych sprawozdań z działalności na podstawie umowy.

Umowy franszysowe zawierane są na czas nieokreślony i mogą zostać wypowiedziane przez każdą ze stron z zachowaniem trzymiesięcznego terminu wypowiedzenia. W przypadku naruszenia postanowień umowy z winy franszyzobiorcy, Groszek sp. z o.o. jest uprawniony do żądania kary umownej w wysokości nie większej niż dziesięciokrotność rocznej opłaty na podstawie umowy. W przypadku zaś rozwiązania umowy z winy jednej ze stron, druga strona jest uprawniona do żądania kary umownej w wysokości pięciu opłat rocznych na podstawie umowy.

Na podstawie umów franszysowych prowadzona jest podstawowa działalność Groszek sp. z o.o., co pozwala uznać umowy franszysowe za umowy istotne dla działalności Grupy Kapitałowej.

7.5.2. Umowy z producentami

Groszek sp. z o.o. jest stroną 23 umów z producentami, na podstawie których Groszek sp. z o.o., a także podmioty związane z nią na podstawie tzw. umów franszyzowych, dokonują zakupów towarów u danego producenta. Umowy z producentami są zawierane na podstawie jednolitego wzoru umowy. Umowy określają ramowe zasady współpracy pomiędzy Groszek sp. z o.o. a producentem. Udział transakcji dokonywanych na podstawie umów z producentami w całości obrotów Emitenta z Groszek sp. z o.o. i podmiotami związanymi z nią na podstawie umów franszyzowych wynosił ponad 10%.

Na podstawie umów z producentami, Groszek sp. z o.o. jest zobowiązany m.in. do dokonywania zakupów towarów producenta, a także zapewnienia, aby strony umów franszyzowych także dokonywały takich zakupów, stałego oferowania towarów producenta w prowadzonych przez siebie lub na podstawie umowy franszyzowej, sklepach. Dostawy towarów na podstawie umów z producentami dokonywane są przez Emitenta. Producenci zaś zobowiązani są m.in. do uczestniczenia w prowadzonych przez Groszek sp. z o.o. akcjach promocyjnych i wniesienia opłaty za każdy nowo wprowadzony do sprzedaży na podstawie umowy produkt. Na podstawie umowy producent może być także zobowiązany do udzielania rabatu w wysokości określonej indywidualnie w umowie, jak również zapłaty na rzecz Groszek sp. z o.o. wynagrodzenia. Umowy z producentami zawarte są czas nieokreślony i mogą zostać wypowiedziane z zachowaniem 30-dniowego okresu wypowiedzenia.

Biorąc pod uwagę fakt, że na podstawie umów z producentami, zawarte zostały transakcje stanowiące 10% całego obrotu Emitenta z Groszek sp. z o.o., umowy te łącznie należy uznać za istotne dla działalności Grupy Kapitałowej.

7.5.3. Umowy o współpracy z dostawcami

Groszek sp. z o.o. jest stroną szeregu umów o współpracy, które określają w sposób ramowy zasady dokonywania przez Groszek sp. z o.o. i podmioty związane z nią umowami franszyzowymi zakupów u określonych dostawców. Umowy o współpracy określają w szczególności sposoby dokonywania zamówień, dostawy i płatności. Na podstawie umów dostawcy mogą być również zobowiązani do zapłaty na rzecz Groszek sp. z o.o. opłat za usługi mające na celu zwiększenie sprzedaży dostarczanych produktów. Umowy te odpowiadają za ok. 10% obrotów Groszek sp. z o.o. z dostawcami.

Umowy te odpowiadają za ok. 10% obrotów Groszek sp. z o.o. z dostawcami, dlatego łącznie są istotne dla działalności Grupy Kapitałowej.

7.6. Umowy zawarte przez Stokrotka sp. z o.o.

7.6.1. Umowy z dostawcami

Stokrotka sp. z o.o. jest stroną szeregu umów z dostawcami, z których 19 odpowiada za ponad 70% obrotów tej spółki z dostawcami lub producentami. Umowy z dostawcami regulują w sposób ramowy zasady sprzedaży i dostawy towarów. Na ich podstawie dostawcy są zobowiązani do dostarczenia sklepom prowadzonym przez Stokrotka sp. z o.o. towarów w asortymencie określonym w umowie. Dostawy towarów odbywają się w zdecydowanej większości przypadków na koszt dostawcy. Umowy z dostawcami zawierane są z reguły na czas określony, zwykle na okres jednego lub dwóch lat z możliwością wypowiedzenia, jednak część z nich zawarta została na czas nieokreślony.

1. Umowa z dnia 26 kwietnia 2001 roku z Eldorado S.A. opisana w pkt. 7.1.1.3.;
2. Umowa z dnia 1 stycznia 2001 roku z Grente sp. z o.o. Przedmiotem umowy jest dostarczanie przez Grente sp. z o.o. owoców i warzyw dla sklepów prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o. Umowa została zawarta do dnia 31 grudnia 2001 roku;
3. Umowa z Marpio sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie z dnia 2 stycznia 2001 roku. Przedmiotem umowy jest dostarczania przez Marpio sp. z o.o. towarów chemiczno-kosmetycznych do sklepów prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością jej wypowiedzenia za miesięcznym terminem wypowiedzenia;
4. Umowa z Gloria sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie z dnia 15 listopada 1995 roku. Przedmiotem umowy jest dostarczanie napojów alkoholowych oraz bezalkoholowych przez Gloria sp. z o.o. sklepom prowadzonym przez Stokrotka sp. z o.o. Dostawa napojów alkoholowych, z wyjątkiem piwa produkcji polskiej, dokonywana jest na zasadzie wyłączności. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością wypowiedzenia za miesięcznym okresem wypowiedzenia;
5. Umowa z Jard-Press S.A. z siedzibą w Warszawie z dnia 21 marca 1996 roku. Przedmiotem umowy jest dostawa prasy dla sklepów prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością jej wypowiedzenia za 30-dniowym okresem wypowiedzenia;

6. Umowa z dnia 3 stycznia 2001 roku z Firmą Handlową Dystrybutor 2 sp. z o.o. z siedzibą w Kończycach Małych. Przedmiotem umowy jest dostarczanie do określonych w umowie sklepów Stokrotka sp. z o.o. zabawek promocyjnych. Umowa została zawarta do dnia 31 grudnia 2001 roku z możliwością jej przedłużenia. Każda ze stron może wypowiedzieć umowę za miesięcznym okresem wypowiedzenia;
7. Umowa z dnia 2 stycznia 2001 z JS sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie. Przedmiotem umowy jest dostarczanie do sklepów prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o. towarów z zakresu konfekcji, takich jak: rajstopy, skarpety, bielizna i odzież, ponadto uczestniczenie w akcjach informacyjnych i oferowanie produktów po promocyjnych cenach. Umowa została zawarta do dnia 31 grudnia 2001 r. z możliwością jej wypowiedzenia przez każdą ze stron z 3-miesięcznym terminem wypowiedzenia;
8. Umowa z dnia 17 stycznia 2001 z Kamis – Przyprawy S.A z siedzibą w Warszawie. Przedmiotem umowy jest dostarczanie do sklepów prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o. przypraw do żywności, ponadto opłaty za usługi marketingowe świadczone przez Stokrotka sp. z o.o. Umowa została zawarta do dnia 31 grudnia 2001 roku;
9. Umowa z dnia 2 kwietnia 2001 z Okręgową Spółdzielnią Mleczarską z siedzibą w Lublinie. Przedmiotem umowy jest dostawa i sprzedaż w sklepach prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o. towarów żywnościowych, głównie nabiału, oraz opłaty za świadczone przez Stokrotka sp. o.o. usługi marketingowe. Umowa została zawarta do dnia 31 grudnia 2001.
10. Umowa z dnia 15 stycznia 2001 z Coca-Cola Beverages Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Przedmiotem umowy jest sprzedaż i promocja napojów firmy Coca-Cola, dostarczanych do sklepów prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o. Ponadto umowa określa przysługujące Stokrotka sp. z o.o. rabaty z tytułu sprzedaży określonej liczby produktów dostarczanych przez Coca-Cola Beverages Polska sp. z o.o. i stałego, w sposób określony w umowie, oferowania tych towarów. Umowa została zawarta na okres 36 miesięcy;
11. Umowa z dnia 1 lutego 2001 z BAHLSEN sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu. Przedmiotem umowy jest dostarczanie i promocja towarów spożywczych dystrybuowanych przez BAHLSEN sp. z o.o., głównie chipsów, paluszków itp., do sklepów prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o. Umowa została zawarta do 31 stycznia 2002 roku z możliwością jej rozwiązania z jednomiesięcznym terminem wypowiedzenia;
12. Umowa z dnia 27 grudnia 2000 z Pepsi-Cola General Bottlers Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Przedmiotem umowy jest sprzedaż i promocja towarów (napojów), dostarczanych do sklepów prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o. Ponadto na podstawie umowy Stokrotka sp. z o.o. jest uprawniona do rabatów z tytułu stałego oferowania produktów Pepsi-Cola General Bottlers Poland, a także wynikającego z nabycia tych towarów ponad określone w umowie progi. Umowa została zawarta do 31 grudnia 2001 roku;
13. Umowa z dnia 26 października 1995 roku z firmą Zakład Piekarniczy „MAKORD” s.c. w Motyczy, umowa została zmieniona Aneksem z dnia 2 stycznia 2001 roku. Przedmiotem umowy jest dostarczanie pieczywa do sklepów prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o. położonych w okolicach Lublina, przewiduje ona także opłaty marketingowe za sprzedaż produktów w wymienionych punktach sprzedaży. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z jednomiesięcznym terminem wypowiedzenia;
14. Umowa z dnia 10 maja 2001 roku z P.W. Brzozowski z siedzibą w Kijanach. Przedmiotem umowy jest dostawa i sprzedaż towarów żywnościowych, takich jak: ciastka i inne słodycze w sklepach prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o., ponadto umowa przewiduje opłaty za usługi marketingowe świadczone przez Stokrotka sp. z o.o. Umowa została zawarta do dnia 31 grudnia 2001 roku;
15. Umowa z dnia 2 stycznia 2001 roku z STELLA PACK sp. z o.o. z siedzibą w Lubartowie. Przedmiotem umowy jest sprzedaż towarów użytkowych, np. worków, ozdób, tacek, kubków plastikowych, folii aluminiowej, w sklepach prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o., ponadto umowa przewiduje opłaty za usługi marketingowe w punktach sprzedaży. Umowa została zawarta do 31 grudnia 2001 roku;
16. Umowa z dnia 30 maja 2001 roku z Ciechanowskimi Zakładami Drobiarskimi S.A. z siedzibą w Ciechanowie. Przedmiotem umowy jest sprzedaż towarów żywnościowych, takich jak podroby, wędliny itp. w sklepach prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o., ponadto umowa przewiduje opłaty za usługi marketingowe świadczone przez Stokrotka sp. z o.o. Umowa została zawarta do 31 grudnia 2001 roku z możliwością przedłużenia okresu jej obowiązywania;
17. Umowa z dnia 1 maja 2001 roku z TYTAN S.C. z siedzibą w Lublinie. Przedmiotem umowy jest dostawa i sprzedaż towarów żywnościowych – warzyw, zup w proszku itp. w sklepach prowadzonych przez Stokrotka sp. z o.o., ponadto umowa przewiduje opłaty za usługi marketingowe świadczone przez Stokrotka sp. z o.o. Umowa została zawarta do 31 grudnia 2001 roku;

Z pozostałymi dwoma najważniejszymi kontrahentami do dnia sporządzenia Prospektu nie zostały zawarte umowy określające w sposób ramowy zasady współpracy handlowej.

Żadna ze wspomnianych powyżej umów nie jest samodzielnie umową istotną dla działalności Grupy Kapitałowej, jednak z uwagi na fakt, że odpowiadają one za ponad 70% obrotów Stokrotka sp. z o.o. z dostawcami, łącznie są one istotne dla działalności Grupy Kapitałowej.

7.7. Umowy zawarte przez Grente sp. z o.o.

7.7.1. Uwagi ogólne

Umowy opisane w pkt. 7.7.1. i 7.7.2. nie są umowami istotnymi w rozumieniu Rozporządzenia o Prospekcie. Jednak z uwagi na fakt, iż na ich podstawie prowadzona jest najistotniejsza część działalności jednego z podmiotów Grupy Kapitałowej – Grente sp. z o.o., umowy te łącznie są istotne dla działalności Grupy Kapitałowej. Ponadto ich opis pozwala w sposób kompletny i wszechstronny przedstawić działalność Grupy Kapitałowej.

7.7.2. Umowy z odbiorcami

Grente sp. z o.o. jest stroną szeregu umów z odbiorcami ustalających zasady, na jakich prowadzona jest współpraca handlowa. Żadna z tych umów samodzielnie nie może być uznana za umowę istotną dla działalności Grupy Kapitałowej. Umowy te określają w sposób ogólny zasady dokonywania dostaw, w tym w szczególności sposoby i terminy dokonywania zapłaty za dostarczone towary. W umowach zawarte są także postanowienia dotyczące możliwości udzielania przez Grente sp. z o.o. rabatu. Umowy dostawy określają ramowe warunki ustalania cen dostarczanych produktów. Do najważniejszych umów dostawy należą umowy zawarte przez Grente sp. z o.o. z Emitentem i Stokrotka sp. z o.o.

7.7.3. Umowy z dostawcami

Grente sp. z o.o. jest stroną wielu umów z dostawcami. Umowy te zawierane są z reguły na podstawie jednolitego wzorca. Na ich podstawie Dostawca jest zobowiązany do dostarczenia produktów Grente sp. z o.o. na najdogodniejszych warunkach dotyczących ceny i terminów płatności oferowanych przez Dostawcę na terenie Polski. Dostawa produktów dokonywana jest przez Dostawcę na jego koszt. W przypadku, gdy dostarczone produkty obciążone są wadami, których stwierdzenie w momencie dostawy było niemożliwe, Grente sp. z o.o. jest uprawniona do zwrotu dostarczonych produktów. Na mocy umowy Dostawca obowiązany jest także do dokonywania na rzecz Grente sp. z o.o. opłat za świadczone usługi marketingowo-promocyjne. Ponadto Dostawca uiszcza roczną opłatę marketingową za umieszczenie dostarczanych towarów w indeksie. Wysokość opłat za usługi marketingowo-promocyjne ustalana jest jako procent od obrotów netto uzyskanych ze sprzedaży dostarczanych produktów. Procent ten jest ustalany indywidualnie dla każdego z Dostawców. Wysokość opłaty rocznej jest zróżnicowana dla poszczególnych Dostawców. Także postanowienia dotyczące terminów płatności są ustalane indywidualnie. Strony umowy są także zobowiązane do zachowania w tajemnicy informacji uzyskanych w związku z jej wykonywaniem. Umowy z dostawcami zawierane na podstawie omawianego wzorca obowiązują przez czas nieokreślony, z możliwością ich wypowiedzenia przez każdą ze stron za miesięcznym terminem wypowiedzenia.

7.7.4. Umowa z Jeronimo Maritinis Dystrybucja sp. z o.o.

W dniu 27 sierpnia 2001 roku Grente sp. z o.o. zawarła z Jeronimo Maritinis Dystrybucja sp. z o.o. – Format Biedronka umowę handlową. Na podstawie umowy Grente sp. z o.o. będzie dostarczać Jeronimo Maritinis Dystrybucja sp. z o.o. warzywa i owoce. Dostawy odbywać się będą na najatrakcyjniejszych cenowo warunkach, jakie oferuje Grente sp. z o.o. odbiorcom hurtowym na rynku polskim. W przypadku, gdy Grente sp. z o.o. nie zrealizuje zamówienia na podstawie umowy we właściwym terminie, zobowiązana będzie do zapłaty kary umownej w wysokości 0,14% wartości netto zamówienia za każdy dzień opóźnienia, a w przypadku jedynie częściowej realizacji zamówienia Grente sp. z o.o. zobowiązana będzie do zapłaty tytułem kary umownej 5% wartości netto niedostarczonego towaru. Łączna wysokość kar umownych w miesiącu nie może przekroczyć 20% wartości niedostarczonego zamówionego i potwierdzonego zamówienia. W przypadku, gdy zamówienie ma charakter promocyjny, wartość kar umownych w miesiącu nie może być wyższa niż 30% wartości zamówienia, a w odniesieniu do towarów promowanych w środkach masowego przekazu 50% wartości zamówienia.

Umowa zawarta została na czas nieokreślony z możliwością wypowiedzenia z zachowaniem trzymiesięcznego terminu wypowiedzenia.

Umowa jest istotna dla działalności Grupy Kapitałowej z uwagi na fakt, iż kontrahentem Grente sp. z o.o. jest podmiot prowadzący rozbudowaną działalność handlową w zakresie handlu detalicznego (m.in. sklepy „Biedronka”).

7.8. Umowy zawarte przez Elberg sp. z o.o.

Elberg sp. z o.o. jest stroną szeregu umów o świadczenie usług ochrony, z których część została zawarta z Emitentem (8 umów) i Stokrotka sp. z o.o. (3 umowy). Na podstawie tych umów Elberg sp. z o.o. świadczy usługi polegające na całodobowym monitorowaniu określonego w umowie obiektu za pomocą zainstalowanych w nim urządzeń. W przypadku alarmu Elberg sp. z o.o. jest zobowiązana do zawiadomienia policji i osoby odpowiedzialnej, wskazanej przez drugą stronę umowy. Umowy zawierane są na czas nieokreślony z możliwością ich wypowiedzenia za miesięcznym terminem wypowiedzenia. Wysokość wynagrodzenia Elberg sp. z o.o. z tytułu umowy jest różna w zależności od obiektu, którego dotyczy umowa. Ponadto Elberg sp. z o.o. zawarła z Emitentem jedną umowę dotyczącą konserwacji systemu alarmowego.

Elberg sp. z o.o. zawarła także umowy o nadzór techniczny z Emitentem (5 umów), Stokrotka sp. z o.o. (13 umów) i Elpro sp. z o.o. (1 umowa), a także z innymi podmiotami. Na ich podstawie Elberg sp. z o.o. świadczy usługi dotyczące konserwacji i utrzymania systemów alarmowych w określonych w umowie obiektach. Umowy zostały zawarte na czas nieokreślony z możliwością ich wypowiedzenia z zachowaniem trzymiesięcznego terminu wypowiedzenia. Wysokość wynagrodzenia Elberg sp. z o.o. z tytułu umowy jest różna w zależności od obiektu, którego dotyczy umowa.

Elberg sp. z o.o. jest także stroną umów, na podstawie których świadczy usługi polegające na konwojowaniu i fizycznym dozorze obiektu, w tym 2 umowy z Emitentem i 1 ze Stokrotka sp. z o.o.

Ponadto Elberg sp. z o.o. zawarł z Emitentem umowę o wykonanie systemu telewizji przemysłowej CCTV (wartość umowy 214.017 zł netto), umowę o wykonanie szlabanów (wartość umowy 12,5 tys. zł netto), umowę o wykonanie systemu sygnalizacji alarmu pożarowego (wartość umowy 123.773 zł netto), umowę o wykonanie systemu kontroli dostępu (wartość umowy 58.810 zł netto) i umowę o wykonanie systemu sygnalizacji (wartość umowy 95.872 zł netto). Elberg sp. z o.o. jest także stroną umowy o wykonanie systemu alarmowego z Elpro sp. z o.o.

Umowy zawarte przez Elbertg sp. z o.o. z Emitentem są umowami z podmiotem powiązany w rozumieniu Rozporządzenia o Prospekcie.

7.9. Umowy ubezpieczenia zawarte przez Grupę Kapitałową

Podmioty wchodzące w skład Grupy Kapitałowej zawarły szereg umów ubezpieczenia związanych z prowadzoną działalnością, z których żadna nie może być uznana za umowę istotną. Ubezpieczeniem objęta jest duża część majątku ruchomego Grupy Kapitałowej, w tym przede wszystkim samochody, towary zgromadzone w sklepach i magazynach, jak również wyposażenie sklepów. W przypadku samochodów posiadanych przez Grupę Kapitałową są one objęte obowiązkowym ubezpieczeniem odpowiedzialności cywilnej, a także ubezpieczeniem Auto Casco i NW (od nieszczęśliwych wypadków). Inne składniki majątku ruchomego Grupy Kapitałowej objęte są ubezpieczeniem od kradzieży z włamaniem i rabunku, które to ubezpieczenie obejmuje także gotówkę przechowywaną w objętym ubezpieczeniem lokalu. W wielu przypadkach zakres ubezpieczenia jest rozszerzony o ryzyko wandalizmu. Większość nieruchomości Grupy Kapitałowej, będących własnością lub używanymi na podstawie różnych tytułów prawnych, objętych jest ubezpieczeniem od ognia i innych zdarzeń losowych.

Umowy ubezpieczenia zawarte przez Grupę Kapitałową dotyczą także ryzyka związanego z transportem gotówki, a także odpowiedzialności cywilnej z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej lub użytkowania mienia. Umowy ubezpieczenia zawarte są z Sopockim Towarzystwem Ubezpieczeniowym „HESTIA INSURANCE” S.A. i Powszechnym Zakładem Ubezpieczeń S.A. Szczegółowe regulacje dotyczące wspomnianych umów ubezpieczenia zawarte są w „Ogólnych warunkach ubezpieczenia” właściwych dla danego rodzaju ubezpieczenia, wydanych przez Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeniowe „HESTIA INSURANCE” S.A. i Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A.

Ogólna kwota składek płaconych przez Grupę Kapitałową z tytułu umów ubezpieczenia obowiązujących w dniu sporządzenia Prospektu wyniosła w odniesieniu do ubezpieczeń komunikacyjnych – 200.062 zł, ubezpieczeń od kradzieży i innych zdarzeń losowych – 118.733 zł i ubezpieczeń od odpowiedzialności cywilnej – 13.880 zł.

W dniu 1 października 2001 roku Emitent, Stokrotka sp. z o.o., Grente sp. z o.o., Groszek sp. z o.o. i Elpro sp. z o.o. zawarły z Sopockim Towarzystwem Ubezpieczeniowym Ergo Hestia S.A. z siedzibą w Sopocie umowę generalną ubezpieczeń komunikacyjnych. Na podstawie umowy pojazdy należące do Emitenta i jego podmiotów zależnych objęte są kompleksowym programem ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej związanej z ruchem pojazdów, a także od strat z tytułu utraty, zniszczenia lub uszkodzenia pojazdów i utraty życia lub zdrowia kierowców i pasażerów pojazdów. Umowa została zawarta na okres jednego roku.

8. Koncesje i zezwolenia posiadane przez Grupę Kapitałową

Minister Gospodarki udzielił w dniu 20 października 1999 roku Emitentowi zezwolenia nr 1971/P/99 na prowadzenie na terenie kraju hurtowego handlu piwem, a także zezwolenia nr 1870/W/99 na prowadzenie na terenie kraju hurtowego handlu napojami alkoholowymi (z wyjątkiem piwa) o zawartości do 18% alkoholu oraz winem, z wyjątkiem win importowanych o zawartości alkoholu powyżej 22%. Powyższa działalność może być prowadzona przez Emitenta wyłącznie w miejscach określonych w zezwoleniach. Oba zezwolenia zostały udzielone Emitentowi na czas określony, do dnia 28 października 2001 roku.

Ponadto Grupa Kapitałowa posiada następujące zezwolenia na detaliczny handel alkoholem:

Nazwa spółki wchodzącej w skład Grupy Kapitałowej	Koncesje na sprzedaż napojów alkoholowych do 4,5% zawartości alkoholu i piwa	Koncesje na sprzedaż napojów alkoholowych od 4,5% do 18% zawartości alkoholu	Koncesje na sprzedaż napojów alkoholowych powyżej 18% zawartości alkoholu
Eldorado S.A.	6	2	—
Stokrotka sp. z o.o.	14	14	14

Elberg sp. z o.o. w dniu 26 kwietnia 2000 roku uzyskała koncesję nr L – 0580/00 Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji na świadczenie usług w zakresie ochrony osób i mienia. Koncesja została udzielona na czas nieoznaczony.

9. Patenty, licencje oraz znaki towarowe posiadane przez Grupę Kapitałową

9.1. Patenty

Grupa Kapitałowa nie posiada żadnych patentów.

9.2. Licencje

Grupa Kapitałowa posiada następujące licencje na używanie programów komputerowych. Licencje te zostały udzielone na czas nieokreślony.

Nazwa oprogramowania	Ilość licencji
Adobe Photoshop 6.0	2
Arcserve 7.0	14
Arcserve 6.6 IT	13
ArcserveIT 6.6 Enterprise	1
BorderManager 3.5	1
BorderManager 3.6	1
CorelDraw 9.0	2
Delphi 5.0	1
GroupWise 5.5	163
InoculateIT 4.53 Client for Windows	22
InoculateIT 4.53 Server for NetWare	2
IntraNetWare 4.11	160
Iplanet Web Server Enterprise 4.1	2
Mediator	137
Mediator Developer	3
NetWare 5.0	95
NetWare 5.1	275
Office2000	144
Oracle Database	185
Oracle Internet Developer Suite	4
Oracle Internet Server 800 MHz	1
Oracle Server Enterprise Edition	100
Windows 2000 server 5 user	3
Windows 95	154
Windows 95 OSR2	9
Windows 98	81
Windows 98 SE	150
Windows NT Workstation 4.0	5
Winword 2000	47

9.3. Znaki towarowe

Emitent złożył wnioski o rejestrację następujących słownych znaków towarowych: „gama”, „same dobre rzeczy”, „stokrotka”, „stokrotka – stokrotne dzięki”, „groszek”, „stokrotka – miło, blisko i wszystko”, a także następujących słowno-graficznych znaków towarowych: „eHurtownia”, „stokrotka”, „eProducent” i „groszek – twój sklep na co dzień”.

Elpro sp. z o.o. złożyła wniosek o rejestrację słowno-graficznego znaku towarowego „elpro”.

Do dnia sporządzenia Prospektu wspomniane znaki nie zostały zarejestrowane przez Urząd Patentowy RP.

W dniu 18 czerwca 2001 roku Urząd Patentowy RP zarejestrował słowny znak towarowy Emitenta – „codziennie dla ciebie”. W dniu 25 czerwca 2001 roku Emitent dokonał opłaty z tytułu pierwszego dziesięcioletniego okresu ochronnego znaku towarowego „eldorado”. Decyzją z dnia 25 września 2001 roku Urząd Patentowy RP zarejestrował na rzecz Emitenta słowny znak towarowy „eldorado”.

Emitent jest dysponentem następujących domen internetowych: „eldorado.pl”, „ehurtownia.pl”, „ehurtownia.com.pl”, „eproducent.pl” i „eproducent.com.pl”. Stokrotka sp. z o.o. nabyła od Tomasza Jaskólskiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „TOM”, prawa do domeny internetowej – „stokrotka.pl”.

Na podstawie umowy z dnia 17 stycznia 2000 roku Emitent wydzierżawił Stokrotka sp. z o.o. prawo do znaku towarowego „Stokrotka” zgłoszonego do rejestracji. Miesięczny czynsz dzierżawny z tytułu umowy wynosi 1 tys. zł.

10. Prace badawczo-rozwojowe i wdrożeniowe

Główne pozycje przeprowadzonych przez Spółkę prac badawczo-rozwojowych oraz wdrożeniowych wraz z nakładami poniesionymi w latach 1998-2000 przedstawia poniższa tabela.

Tabela 33. Prace badawczo-rozwojowe i wdrożeniowe w Eldorado S.A. w latach 1998-2000.

Rok	Nowe rozwiązania techniczne	Nakłady poniesione ze źródeł zewnętrznych
1998	Wykonanie i wdrożenie systemu księgowego w narzędziach Oracle Developer*	0 zł
1998	Wdrożenie systemu komunikacji modemowej z klientami*	0 zł
1999	Wykonanie systemu do sprzedaży przez kody kreskowe (OTC Mediator)*	0 zł
1999	Wykonanie i wdrożenie systemu księgowości środków trwałych w narzędziach Oracle Developer*	0 zł
2000	Wdrożenie systemu Kadry-Płace	122.000 zł
2000	Wykonanie i wdrożenie systemu do zamawiania towarów u dystrybutora przez klientów detalicznych za pomocą sieci Internet („eHurtownia”)	52.000 zł
	Razem	174.000 zł

Źródło: Eldorado S.A.

** nakłady wewnętrzne poniesione na prace badawczo-rozwojowe związane są z funkcjonowaniem działów informatycznych*

Opis systemów elektronicznego dokonywania zakupów znajduje się w Rozdziale V. Pozostałe nakłady zostały poniesione w celu wdrożenia w Spółce kompleksowego systemu finansowo-księgowego.

Wszystkie nakłady zostały poniesione ze źródeł własnych Emitenta.

11. Główne inwestycje Emitenta

11.1. Główne inwestycje

Szczegółową informacją o formach nakładów inwestycyjnych Eldorado S.A. przedstawia poniższa tabela.

Tabela 34. Nakłady inwestycyjne Eldorado S.A. (tys. zł).

Wyszczególnienie	1998 r.	1999 r.	2000 r.
Nakłady inwestycyjne , w tym na:	2.474	9.482	14.163
– wartości niematerialne i prawne	20	421	265
– rzeczowy majątek trwały	2.454	3.142	3.991
– finansowy majątek trwały	0	5.919	9.907
Źródła finansowania majątku trwałego:			
– środki własne	2.474	9.482	14.163

Źródło: Eldorado S.A.

W latach 1998-2000 Emitent przeznaczył 706 tys. PLN na inwestycje w wartości niematerialne i prawne. Główne pozycje wydatków to: nakłady na oprogramowanie wspomagające procesy zarządzania oraz rozliczane wydatki poniesione w związku z podwyższeniem kapitału w 1999 r.

Inwestycje w rzeczowy majątek trwały wyniosły w tym okresie 9.587 tys. PLN i były poniesione na:

- modernizację hal magazynowych (w tym utworzenie nowej filii w Rzeszowie),
- zakup środków transportowych – głównie samochodów ciężarowych i wysokiej klasy wózków magazynowych,
- zakup urządzeń technicznych, a przede wszystkim sprzętu informatycznego służącego do przetwarzania i przesyłania danych i wyposażenia stanowisk pracy.

Inwestycje w finansowy majątek trwały wyniosły 15.826 tys. PLN, zostały przeznaczone na nabycie i podwyższenie kapitału w spółkach zależnych.

Wszystkie nakłady inwestycyjne zostały sfinansowane ze środków własnych.

Tabela 35. Nakłady na nabycie składników finansowego majątku trwałego w latach 1999-2000.

Wyszczególnienie	Wartość (tys. złotych)
Inwestycje Kapitałowe w 1999 roku	5.919,00
– nabycie udziałów w Eden Sp. z o.o.	509,00
– podwyższenie kapitału w Eden Sp. z o.o.	5.360,00
– nabycie udziałów w Pro Logistyka S.A.	50,00
Inwestycje Kapitałowe w 2000 roku	9.907,00
– nabycie udziałów w Pro Logistyka S.A.	40,00
– nabycie udziałów w Grente Sp. z o.o.	11,00
– podwyższenie kapitału w Eden Sp. z o.o.	9.357,00
– podwyższenie kapitału w Grente Sp. z o.o.	200,00
– podwyższenie kapitału w Groszek Sp. z o.o.	299,00

Źródło: Eldorado S.A.

Eden sp. z o.o. jest nazwą handlową, pod którą wcześniej występowała Stokrotka sp. z o.o.

Inwestycje kapitałowe Spółki były w większości związane z budową pozycji Grupy Kapitałowej Eldorado w sprzedaży detalicznej. Opis spółki Stokrotka sp. z o.o. znajduje się w Rozdziale V pkt 1.2.

Podział nakładów inwestycyjnych w całej grupie kapitałowej kształtował się w poniższy sposób:

Tabela 36. Nakłady inwestycyjne Grupy Kapitałowej Eldorado (tys. zł).

Wyszczególnienie	1999 r.	2000 r.
Nakłady inwestycyjne, w tym na:	9.821	16.181
– wartości niematerialne i prawne	1.768	1.124
– rzeczowy majątek trwały	8.003	15.017
– finansowy majątek trwały	50	40
Źródła finansowania majątku trwałego:		
– środki własne	9.821	16.181

Źródło: Eldorado S.A.

W latach 1999-2000 Grupa Kapitałowa Eldorado wydała 2.892 tys. PLN na nabycie praw wieczystego użytkowania gruntów i spółdzielczego prawa do lokalu w przeznaczonych pod jednostki detaliczne, licencji i oprogramowania komputerowego i nakładów na pozyskanie kapitału. Wydatki te znalazły odzwierciedlenie we wzroście wartości niematerialnych i prawnych.

Nakłady na rzeczowy majątek trwały w okresie od 1999 do 2000 roku wyniosły 23.020 tys. PLN. Zostały one przeznaczone na zakup gruntu, zakup, budowę bądź adaptację 8 supermarketów, które były w tym okresie otworzone, modernizację hal magazynowych handlu hurtowego, otwarcie nowej filii dla dystrybucji hurtowej. Wydatki te pochłonęły łącznie ponad 42% ogółu nakładów. Pozostałe wydatki obejmują zakup środków transportowych, zakup sprzętu informatycznego oraz wyposażenia placówek handlowych.

Inwestycje w finansowy majątek trwały wyniosły w tym okresie 90 tys. PLN i są związane z nabyciem udziałów w spółce Pro Logistyka S.A., która integruje dystrybutorów branży spożywczej.

11.2. Uczestnictwo we wspólnych przedsięwzięciach, spółkach, fundacjach oraz informacje o działalności sponsorskiej i charytatywnej.

W latach 1998-2000 Eldorado S.A. prowadziło działalność charytatywną i sponsorską. Łączne nakłady poniesione na te cele wyniosły w latach 1998-2000 około 40 tys. złotych.

Wszystkie wydatki na działalność charytatywną i sponsorską zostały poniesione ze źródeł własnych Emitenta.

Według stanu na dzień sporządzenia Prospektu Emitent nie uczestniczy w żadnych wspólnych przedsięwzięciach, spółkach i fundacjach.

12. Współpraca Grupy Kapitałowej z bankami

12.1. Banki, w których Emitent posiada rachunki bankowe

Emitent posiada następujące rachunki bankowe:

Nazwa Banku	Liczba i rodzaj rachunku
Bank Rozwoju Eksportu S.A.	1 rachunek bieżący
Kredyt Bank S.A.	2 rachunki bieżące 3 rachunki pomocnicze
Bank Polska Kasa Opieki S.A.	1 rachunek bieżący 4 rachunki pomocnicze

12.2. Banki, w których Groszek sp. z o.o. posiada rachunki bankowe

Groszek sp. z o.o. posiada następujące rachunki bankowe:

Nazwa Banku	Liczba i rodzaj rachunku
Kredyt Bank S.A.	1 rachunek bieżący

12.3. Banki, w których Stokrotka sp. z o.o. posiada rachunki bankowe

Stokrotka sp. z o.o. posiada następujące rachunki bankowe:

Nazwa Banku	Liczba i rodzaj rachunku
Kredyt Bank S.A.	2 rachunki bieżące i 4 pomocnicze
Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski S.A.	1 rachunek bieżący
Bank Polska Kasa Opieki S.A.	1 rachunek bieżący
Bank Śląski S.A.	1 rachunek bieżący

12.4. Banki, w których Grente sp. z o.o. posiada rachunki bankowe

Grente sp. z o.o. posiada następujące rachunki bankowe:

Nazwa Banku	Liczba i rodzaj rachunku
Bank Rozwoju Eksportu S.A.	1 rachunek bieżący i 4 pomocnicze

12.5. Banki, w których Elberg sp. z o.o. posiada rachunki bankowe

Elberg sp. z o.o. posiada następujące rachunki bankowe:

Nazwa Banku	Liczba i rodzaj rachunku
Kredyt Bank S.A.	1 rachunek bieżący

12.6. Banki, w których Elpro sp. z o.o. posiada rachunki bankowe

Elpro sp. z o.o. posiada następujące rachunki bankowe:

Nazwa Banku	Liczba i rodzaj rachunku
Bank Rozwoju Eksportu S.A.	1 rachunek bieżący

13. Informacje o zawartych przez Grupę Kapitałową umowach kredytu, pożyczki, poręczeń, gwarancji oraz o wszelkich zobowiązaniach umownych wynikających z emitowanych dłużnych papierów wartościowych, praw pochodnych lub innych instrumentów finansowych**13.1 Eldorado S.A.**

W dniu 10 stycznia 2000 roku Emitent zawarł z Bankiem Rozwoju Eksportu S.A. umowę o kredyt w rachunku bieżącym. Umowa została następnie zmieniona trzema aneksami, z których ostatni został zawarty w dniu 29 czerwca 2001 roku. Na podstawie umowy Emitent uzyskał kredyt w wysokości nie większej niż 1.000 tys. zł. Wspomniany kredyt może być wykorzystany przez Emitenta do dnia 26 czerwca 2002 roku. Spłata kredytu ma nastąpić do dnia 27 czerwca 2002 roku. W umowie Emitent poddał się egzekucji do kwoty 1.200 tys. na podstawie wystawionego przez kredytodawcę bankowego tytułu egzekucyjnego. Bankowy tytuł egzekucyjny może zostać wystawiony do dnia 31 grudnia 2002 roku.

W dniu 16 września 1997 roku Emitent zawarł z Bankiem Rozwoju Eksportu S.A. umowę o kredyt obrotowy złotowy. Umowa została następnie zmieniona jedenastoma aneksami, z których ostatni zawarty został w dniu 17 sierpnia 2001 roku. Na podstawie umowy Emitent uzyskał kredyt obrotowy w łącznej wysokości 6.999 tys. zł. Terminem spłaty kredytu części kredytu w kwocie 3.500 tys. zł jest 22 luty 2002 roku. Emitent na podstawie umowy poddał się egzekucji na podstawie bankowego tytułu egzekucyjnego do kwoty 4.000 tys. zł. Tytuł taki może zostać wystawiony nie później niż do dnia 31 sierpnia 2001 roku w przypadku niewywiązania się Emitenta z zobowiązań z tytułu umowy.

W celu zabezpieczenia spłaty kredytów udzielonych na podstawie opisanych powyżej umów kredytowych w dniu 7 lutego 2001 roku zawarta została przez Emitenta i Bank Rozwoju Eksportu S.A. umowa przewłaszczenia na zabezpieczenie rzeczy ruchomych o łącznej wartości 9.159.417,45 zł, a także umowa o cesję, na podstawie której Emitent przeniósł na Bank Rozwoju Eksportu S.A. prawa do całości odszkodowań z tytułu umowy ubezpieczenia rzeczy ruchomych, zawartej z Sopockim Towarzystwem Ubezpieczeniowym „HESTIA INSURANCE” S.A.

W dniu 28 grudnia 1994 roku Emitent zawarł z Kredyt Bank S.A. umowę o kredyt w rachunku bieżącym. Umowa została zmieniona 25 aneksami, w tym ostatnim z dnia 5 października 2001 roku. Na jego podstawie Emitent uzyskał kredyt w wysokości nie większej niż 2.500 tys. zł. Kredyt ten ma być spłacony do dnia 4 października 2002 roku. Spłata kredytu przez Emitenta została zabezpieczona przez przewłaszczenie przez Emitenta na rzecz Kredyt Bank S.A. rzeczy ruchomych o łącznej wartości 5.000 tys. zł, a także cesji praw z umowy ubezpieczenia, dotyczącej przewłaszczonych rzeczy. W umowie Emitent poddał się egzekucji do kwoty 3.243 tys. zł na podstawie wystawionego przez bank bankowego tytułu egzekucyjnego. Tytuł taki może zostać wystawiony do dnia 4 października 2003 roku.

W dniu 19 stycznia 2001 roku Emitent zawarł z Bank Polska Kasa Opieki S.A. umowę o kredyt w rachunku bieżącym. Na jej podstawie Emitentowi udzielony został kredyt w wysokości 4.000 tys. zł. W celu zabezpieczenia spłaty kredytu w dniu 19 stycznia 2001 roku została zawarta umowa przewłaszczenia. Na jej podstawie Emitent przeniósł na Polską Kasę Opieki S.A. własność rzeczy ruchomych o łącznej wartości 7.492.054,88 zł. Emitent przeniósł także, na podstawie umowy przelewu praw, na kredytodawcę prawa z polisy ubezpieczeniowej obejmującej przewłaszczone rzeczy ruchome. Spłata kredytu ma nastąpić do dnia 18 stycznia 2002 roku.

Emitent wystawił 105 weksli *in blanco* na rzecz dostawców. Do wspomnianych weksli dołączone są porozumienia wekslowe, sporządzone na podstawie jednolitego wzoru. Weksle te są wystawione jako zabezpieczenie wykonania przez Emitenta zobowiązań wynikających z zawartych umów z dostawcami. Zgodnie z treścią porozumienia wekslowego, w przypadku niezapłacenia przez Emitenta w ustalonym terminie za pobrany towar, remitent (wierzyciel wekslowy) ma prawo wypełnić weksel na sumę odpowiadającą wartości wszystkich niezapłaconych przez Emitenta towarów. W przypadku rezygnacji Emitenta z dalszych zakupów towarów u danego kontrahenta, ma on obowiązek niezwłocznie zwrócić weksel do rąk jednego z członków zarządu Emitenta, pod warunkiem że Emitent nie będzie dłużnikiem remitenta.

W dniu 24 sierpnia 2000 roku Emitent zawarł z Państwowym Funduszem Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych umowę poręczenia. Na jej podstawie poręczył za zobowiązania Stokrotka sp. z o.o. wynikające z umowy o refundację ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych nowych stanowisk pracy dla osób niepełnosprawnych.

Na zlecenie Emitenta Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeniowe „Ergo Hestia” S.A. z siedzibą w Sopocie udzieliło firmom: Wrigley Poland sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu i Hochland Polska sp. z o.o. z siedzibą w Kaźmierzu gwarancji uiszczenia należności handlowych, do kwoty 800 tys. zł każda. Pierwsza gwarancja została udzielona na okres od 22 lutego 2001 roku do 21 sierpnia 2001 roku, podczas gdy druga na okres od 30 kwietnia 2001 roku do 29 kwietnia 2002 roku.

W dniu 14 września 2001 roku Emitent zawarł z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. umowę kredytu inwestycyjnego. Na jej podstawie bank udzielił Emitentowi kredytu inwestycyjnego w kwocie 13.000 tys. zł. Kredyt został udzielony na okres od 14 września 2001 roku do 30 listopada 2007 roku. Kwota kredytu może zostać przez Emitenta wykorzystana na finansowanie budowy Centrum Logistycznego, w tym płatności związanych z realizacją płatności za dostawy, roboty i usługi. Terminem spłaty kredytu jest 30 listopada 2007 roku.

Spłata kredytu przez Emitenta zabezpieczona jest hipoteką zwykłą w kwocie 13.000 tys. zł na nieruchomości należącej do Emitenta, położonej w Lublinie i przelewem praw z umowy ubezpieczenia obciążonej hipoteką nieruchomości. Ponadto Emitent udzielił kredytodawcy nieodwołalnego pełnomocnictwa do potrącenia kwoty kredytu z wierzytelnością Emitenta wobec banku z tytułu prowadzenia przez bank rachunku Emitenta. Emitent poddał się także egzekucji na podstawie bankowego tytułu egzekucyjnego do kwoty 30.500 tys. zł. Bankowy tytuł egzekucyjny może zostać wystawiony w ciągu trzech lat od dnia rozwiązania umowy.

Z tytułu umowy Emitent jest zobowiązany m.in. do informowania kredytodawcy o swojej kondycji finansowej.

13.2. Groszek sp. z o.o.

W dniu 29 marca 2001 roku Groszek sp. z o.o. zawarł z Kredyt Bank S.A. umowę o kredyt w rachunku bieżącym. Na jej podstawie Groszek sp. z o.o. otrzymał kredyt w wysokości 100 tys. zł. Kredyt został udzielony do dnia 28 marca 2002 roku. Kredyt zabezpieczony został przez przewłaszczenie przez Groszek sp. z o.o. na rzecz kredytodawcy 6 samochodów, a także przeniesienia na kredytodawcę praw z polis ubezpieczeniowych, obejmujących przewłaszczone pojazdy. W umowie Groszek sp. z o.o. poddał się egzekucji do kwoty 138,6 tys. zł na podstawie wystawionego przez bank tytułu egzekucyjnego, który może zostać wystawiony do dnia 29 marca 2003 roku.

13.3. Stokrotka sp. z o.o.

Stokrotka sp. z o.o. zawarła w dniu 1 września 1999 roku z Kredyt Bank S.A., oddział w Lublinie umowę odnawialnego kredytu obrotowego, zmienioną następnie trzema aneksami, z których ostatni zawarty został w dniu 3 sierpnia 2001 roku. Zgodnie z umową, kwota kredytu udzielonego Stokrotka sp. z o.o. wynosi 2.000 tys. zł. Spłata kredytu ma nastąpić do dnia

29 sierpnia 2002 roku. Tytułem zabezpieczenia spłaty kredytu udzielonego na podstawie wspomnianej umowy spółka Stokrotka sp. z o.o. wystawiła na rzecz banku – kredytodawcy dwa weksle *in blanco* poręczone przez Emitenta. Na podstawie umowy Stokrotka sp. z o.o. poddała się egzekucji do kwoty 2.640 tys. zł na podstawie wystawionego przez kredytodawcę bankowego tytułu egzekucyjnego, który może być wystawiony do dnia 29 sierpnia 2003 roku.

Stokrotka sp. z o.o. zawarła w dniu 16 grudnia 1996 roku z Polskim Bankiem Inwestycyjnym S.A., Oddział w Lublinie umowę o kredyt w rachunku bieżącym, zmienioną następnie siedmioma aneksami. Obecnie stroną umowy jest następcą prawny Polskiego Banku Inwestycyjnego S.A. – Kredyt Bank S.A. Na podstawie umowy limit kredytu przysługujący Stokrotka sp. z o.o. w okresie od 14 marca 2001 roku do dnia 13 marca 2002 roku wynosi 3.400 tys. zł. Spłata kredytu zabezpieczona jest trzema wekslami *in blanco* wystawionymi przez Stokrotka sp. z o.o. na rzecz Kredyt Bank S.A. Wierzytelności wynikające ze wspomnianych weksli zostały poręczone przez Emitenta. Spłata kredytu została zabezpieczona również przez dokonanie przez Stokrotka sp. z o.o. przewłaszczenia na rzecz Kredyt Bank S.A. rzeczy ruchomych o łącznej wartości 1.525.816,71 zł, znajdujących się w pawilonach handlowych Stokrotka sp. z o.o. Przewłaszczenie zostało dokonane na podstawie umowy z dnia 8 maja 1998 roku, zmienionej następnie czterema aneksami. Zgodnie z umową przewłaszczenia, Stokrotka sp. z o.o. jest posiadaczem zależnym przewłaszczonych ruchomości jako ich przechowawca. Przeniesienie własności rzeczy na podstawie umowy przewłaszczenia zostało dokonane pod warunkiem rozwiązującym zwrotu przez Stokrotka sp. z o.o. kwoty kredytu wraz z należnymi odsetkami. W związku z zawarciem umowy przewłaszczenia w dniu 14 marca 2001 roku, została zawarta przez strony umowy przewłaszczenia umowa o cesję praw z umowy ubezpieczenia. Na podstawie umowy cesji Stokrotka sp. z o.o. przelała na Kredyt Bank S.A. uprawnienia z umów ubezpieczenia dotyczących przewłaszczonych rzeczy. W przypadku niespłacenia przez Stokrotka sp. z o.o. części lub całości kredytu, zgodnie z treścią deklaracji wekslowych dołączonych do opisanych powyżej weksli, Kredyt Bank S.A. będzie uprawniony do wypełnienia weksli na sumę równą kwocie udzielonego kredytu, wraz z odsetkami, prowizjami i innymi kosztami banku. Na podstawie umowy Stokrotka sp. z o.o. poddała się egzekucji do kwoty 4.712,4 tys. zł na podstawie wystawionego przez bank tytułu egzekucyjnego, który może zostać wystawiony do dnia 13 marca 2003 roku.

W dniu 8 grudnia 2000 roku Kredyt Bank S.A., Oddział w Lublinie udzielił na zlecenie Stokrotka sp. z o.o. gwarancji bankowej Energopol Trade S.A. na kwotę 27 tys. zł na zabezpieczenie ewentualnych szkód w mieniu wynikających z umowy najmu zawartej pomiędzy Energopol Trade S.A. a Stokrotka sp. z o.o. Gwarancja została udzielona do dnia 7 grudnia 2001 roku.

Stokrotka sp. z o.o. wystawiła także weksel *in blanco* na zabezpieczenie roszczeń Państwowego Funduszu Osób Niepełnosprawnych z tytułu refundacji kosztów organizacji nowych stanowisk pracy dla osób niepełnosprawnych. Zgodnie z treścią deklaracji wekslowej, weksel może zostać wypełniony do sumy równej kwocie refundacji, powiększonej o odsetki w przypadku rozwiązania umowy dotyczącej refundacji lub upływu terminu do zwrotu refundowanych kwot.

13.4. Elberg sp. z o.o.

W dniu 25 września 1998 roku Elberg sp. z o.o. zawarła z Kredyt Bank S.A. umowę o kredyt w rachunku bieżącym, zmienioną następnie 6 aneksami, w tym ostatnim z dnia 21 września 2001 roku. Na podstawie umowy, Elberg sp. z o.o. otrzymała kredyt w wysokości 175 tys. zł. Spłata kredytu ma nastąpić do dnia 21 września 2002 roku. Spłata kredytu jest zabezpieczona przez ustanowienie zastawu rejestrowego na samochodzie należącym do Elberg sp. z o.o. Elberg sp. z o.o. przeniosła także na bank prawa z polisy ubezpieczeniowej dotyczącej zastawionego samochodu. Ponadto Elberg sp. z o.o. wystawiła na zlecenie Kredyt Bank S.A. pięć weksli *in blanco*, które zgodnie z treścią deklaracji wekslowych i umowy mogą, w przypadku niespłacenia przez Elberg sp. z o.o. zadłużenia w stosunku do kredytodawcy, zostać wypełnione na kwotę równą sumie zadłużenia wraz z odsetkami. Zobowiązania ze wspomnianych weksli zostały poręczone przez Artura Kawę, Wojciecha Zborowskiego i Mirosława Rzepeckiego. Na mocy umowy Elberg sp. z o.o. poddała się egzekucji do kwoty 240.240 zł na podstawie wystawionego przez kredytodawcę bankowego tytułu egzekucyjnego, który może zostać wystawiony do dnia 21 września 2003 roku.

W dniu 20 stycznia 2000 roku Elberg sp. z o.o. zawarła z Kredyt Bank S.A. umowę o kredyt obrotowy. Umowa została następnie zmieniona czterema aneksami, w tym ostatnim z dnia 20 kwietnia 2001 roku. Na podstawie umowy Elberg sp. z o.o. otrzymała kredyt obrotowy w wysokości 53.760,40 zł, z zastrzeżeniem, że kredyt zostanie wykorzystany wyłącznie na cel określony w umowie. Spłata kredytu ma nastąpić do dnia 19 stycznia 2003 roku. Zabezpieczenie kredytu stanowią: dwa weksle *in blanco* z wystawienia Elberg sp. z o.o., poręczone przez Artura Kawę, Mirosława Rzepeckiego i Wojciecha Zborowskiego, zastaw rejestrowy na samochodzie osobowym, należącym do spółki i cesja z praw z polisy ubezpieczeniowej zastawionego samochodu. Wspomniane weksle, zgodnie z treścią deklaracji wekslowych i umowy, mogą zostać wypełnione przez bank w przypadku nie spłacenia w terminie przez Elberg sp. z o.o. zadłużenia z tytułu omawianej umowy kredytowej. Na mocy umowy Elberg sp. z o.o. poddała się egzekucji do kwoty 73.114,14 zł na podstawie wystawionego przez kredytodawcę bankowego tytułu egzekucyjnego, który może zostać wystawiony do dnia 20 stycznia 2004 roku.

W dniu 20 stycznia 2000 roku Elberg sp. z o.o. zawarła z Kredyt Bank S.A. umowę o kredyt inwestycyjny. Umowa została następnie zmieniona aneksem z dnia 18 lutego 2000 roku. Na jej podstawie Elberg sp. z o.o. otrzymała kredyt w wysokości 102.099,64 zł, z zastrzeżeniem, że kredyt zostanie wykorzystany wyłącznie na cel określony w umowie. Kredyt ma zostać spłacony do dnia 19 stycznia 2005 roku. Spłata kredytu jest zabezpieczona przez wystawienie przez Elberg sp. z o.o. weksla *in blanco* poręczonego przez Artura Kawę, Mirosława Rzepeckiego i Wojciecha Zborowskiego, ustanowienie zastawu rejestrowego na samochodzie należącym do Elberg sp. z o.o. i cesję praw z polisy ubezpieczeniowej zastawionego samochodu. Zgodnie z deklaracją wekslową i umową, weksel wystawiony przez Elberg sp. z o.o. może zostać wypełniony przez bank w przypadku niespłacenia przez Elberg sp. z o.o. zadłużenia z tytułu kredytu. W umowie Elberg sp. z o.o. oświadczył, że poddał się egzekucji do kwoty 138.855,51 zł na podstawie wystawionego przez kredytodawcę bankowego tytułu egzekucyjnego, który może zostać wystawiony do dnia 20 stycznia 2006 roku.

Na podstawie umowy z dnia 9 marca 2001 roku, Kredyt Bank S.A. udzielił, na zlecenie Elberg sp. z o.o., gwarancji bankowej Zakładowi Ubezpieczeń Społecznych na kwotę 34.383,87 zł. Gwarancja zabezpiecza ewentualne roszczenia Zakładu Ubezpieczeń Społecznych z tytułu nieprawidłowego świadczenia przez Elberg sp. z o.o. usług w zakresie ochrony osób i mienia. Roszczenia banku z tytułu umowy są zabezpieczone przez wystawienia przez Elberg sp. z o.o. weksla *in blanco* poręczonego przez Artura Kawę, Mirosława Rzepeckiego i Wojciecha Zborowskiego. Zgodnie z treścią deklaracji wekslowej, weksel może być wypełniony przez bank w każdym czasie na kwotę równą zadłużeniu Elberg sp. z o.o. na podstawie umowy.

13.5. Elpro sp. z o.o.

W dniu 21 maja 2001 roku Elpro sp. z o.o. zawarła z Bankiem Rozwoju Eksportu S.A. umowę kredytową. Na podstawie umowy Bank Rozwoju Eksportu S.A. udzielił Elpro sp. z o.o. kredytu inwestycyjnego w wysokości 3.720 tys. zł. Środki z kredytu mają zostać wykorzystane przez Elpro sp. z o.o. na zakup prawa użytkowania wieczystego i roboty budowlano-montażowe. Całkowita spłata kredytu nastąpi do dnia 16 września 2005 roku. Zabezpieczenie spłaty kredytu stanowi hipoteka zwykła w wysokości 3.720 tys. zł ustanowiona na nieruchomości będącej w wieczystym użytkowaniu Elpro sp. z o.o. położonej w Lublinie.

14. Nieruchomości Grupy Kapitałowej

Nieruchomości posiadane przez Grupę Kapitałową z reguły służą prowadzeniu działalności gospodarczej przez podmioty wchodzące w jej skład.

14.1. Dane o nieruchomościach posiadanych przez Emitenta

Poniższa tabela przedstawia wykaz nieruchomości posiadanych przez Emitenta, z których wszystkie są istotne dla jego działalności.

Tabela 37. Nieruchomości istotne dla działalności Emitenta.

Lp.	Położenie	Wielkość i struktura	Tytuł prawny	Obciążenia
1	Lublin, ul. Mełgiewska	7 ha 44 a 91 m ² Działki nr: 2/4, 82, 83, 84, 85, 86, objęte KW 111829	Użytkowanie wieczyste do 5 grudnia 2089 roku i odrębna własność budynków na podstawie umowy sprzedaży z dnia 21 lipca 1995 roku Rep. A Nr 1603/1995	Hipoteka zwykła w kwocie 13.000 tys. zł na rzecz Banku Polska Kasa Opieki S.A. z tytułu kredytu udzielonego Emitentowi
2	Lublin, ul. Diamentowa 2	6567,12 m ² pow. Hali 397,0 m ² pow. Pomieszczeń parteru budynku adm.-socjalnego 180 m ² pow. Pomieszczeń na I piętrze	Umowa najmu Nr 7/N/96 z dnia 2 kwietnia 1996 roku wraz z aneksami ¹ , zawarta z Elektromontaż S.A.	Nie dotyczy
3	Lublin, ul. Turystyczna 1	1085,81 m ² pow. Pomieszczeń biurowych 2828,88 m ² pow. Magazynów 3601 m ² placu manewrowego i parkingu	Umowa najmu z dnia 28 lutego 1995 roku wraz z aneksami, zawarta z Lubdrob S.A.	Nie dotyczy

¹ Umowa została zawarta przez Mad Max sp. z o.o., której przedsiębiorstwo zostało nabyte przez Emitenta w dniu 1 października 1997 roku.

4	Kraśnik, ul. Obwodowa 15	1527,55 m ² pow. magazynowej 1088 m ² pow. placu manewrowego	Umowa najmu z dnia 30 kwietnia 1996 roku, zawarte z Lubdrob S.A.	Nie dotyczy
5	Chełm, ul. Okrzowska 31	3.573 m ² – pomieszczenia magazynowe	Umowa najmu lokalu użytkowego z dnia 26 września 1994 roku wraz z aneksami, zawarta z Handlową Spółdzielnią Pracy w Chełmie	Nie dotyczy
6	Biała Podlaska, ul. Północna 6	2.347 m ² – pomieszczenia magazynowo-biurowe 187 m ² powierzchni biurowej	Umowa najmu lokalu użytkowego z dnia 2 stycznia 1999 roku wraz z aneksami, zawarta z PSS „Społem” w Białej Podlaskiej	Nie dotyczy
7	Zamość, ul. Kilińskiego 85	2.728 m ² – pomieszczenia magazynowe	Umowa najmu lokalu użytkowego z dnia 16 lutego 1995 roku wraz z aneksami, zawarta z Zamojskimi Fabrykami Mebli S.A.	Nie dotyczy
8	Stalowa Wola, ul. Przemysłowa 15	2.172 m ² – pomieszczenia magazynowe	Umowa najmu lokalu użytkowego z dnia 25 kwietnia 1997 roku wraz z aneksami, zawarta z P.U.P.H. Eltrex TR Roman Tylus	Nie dotyczy
9	Rzeszów, ul. Przemysłowa 9B	1.500 m ² – hala	Umowa najmu z dnia 2 maja 2000 roku wraz z aneksem, zawarta z Nomi S.A.	Nie dotyczy
10	Lublin, ul. Łęczyńska 53	3.528,6 m ² – pomieszczenia sklepowe i magazynowe	Umowa najmu lokalu użytkowego z dnia 16 lutego 2001 roku, zawarta z Elpro sp. z o.o.	Nie dotyczy
11	Biłgoraj, ul. Gen. Okulickiego 2	1.440 m ² – pomieszczenia sklepowe i magazynowe	Umowa najmu lokalu użytkowego z dnia 16 lutego 2001 roku, zawarta z Elpro sp. z o.o.	Nie dotyczy
12	Ryki, ul. Fabryczna 2	964 m ² – pomieszczenia sklepowe i magazynowe	Umowa najmu lokalu użytkowego z dnia 16 lutego 2001 roku, zawarta z Elpro sp. z o.o.	Nie dotyczy
13.	Puławy, ul. Składowa 4	1.680 m ² – pomieszczenia sklepowe i magazynowe 732 m ² – pomieszczenia magazynowe	Umowa najmu lokalu użytkowego z dnia 16 lutego 2001 roku, zawarta z Elpro sp. z o.o., oraz umowa najmu lokalu użytkowego z dnia 25 maja 2001 roku, zawarta z BIS sp. z o.o.	Nie dotyczy

14.2. Dane o nieruchomościach posiadanych przez Groszek sp. z o.o.

Groszek sp. z o.o. nie posiada żadnych nieruchomości. Spółka użytkuje lokal o powierzchni 154,3 m² w budynku przy ul. Turystycznej 1 w Lublinie na podstawie umowy najmu z dnia 15 sierpnia 2000 roku wraz z aneksem, zawartej z Emitentem.

14.3. Dane o nieruchomościach posiadanych przez Stokrotka sp. z o.o.

Stokrotka sp. z o.o. posiada 8 nieruchomości istotnych dla jej działalności. Spółce przysługuje prawo własności w stosunku do nieruchomości położonych w Puławach, Łęcznej, Siedlcach, Włodawie oraz w Bielsku Podlaskim o łącznej powierzchni 10.439,3 m². Nieruchomości te obciążone są hipotekami zwykłymi na rzecz PKO BP IV Oddział w Lublinie na łączną kwotę 800.000,00 zł. Ponadto spółce przysługuje prawo użytkowania wieczystego nieruchomości położonej w Gliwicach o powierzchni 2.637 m² obciążone hipoteką w kwocie 360.000,00 zł na rzecz Polar S.A. z siedzibą we Wrocławiu² oraz prawo współużytkowania wieczystego w części 229/628 nieruchomości o powierzchni 682 m², a także spółdzielcze prawo do lokalu użytkowego położonego w Świdniku o powierzchni 493,61 m².

Ponadto Stokrotka sp. z o.o. zawarła 13 umów najmu lub podnajmu lokali użytkowych o powierzchni od 200 do 800 m² przeznaczonych do prowadzenia sklepów oraz umowy najmu lokali użytkowych z Emitentem jako wynajmującym, położonych w Lublinie przy ul. Turystycznej 1 oraz w Chełmie przy ul. Okszowskiej 41.

Stokrotka sp. z o.o. jest wynajmującym na podstawie 7 umów najmu lub podnajmu lokali usługowych.

14.4. Dane o nieruchomościach posiadanych przez Grente sp. z o.o.

Grente sp. z o.o. nie posiada żadnych nieruchomości. Spółka użytkuje lokale: o powierzchni 58 m² i 436 m² w budynku przy ul. Łęczyckiej 53a w Lublinie na podstawie umowy najmu z dnia 1 stycznia 1998 roku wraz z aneksami, zawartej z Eldorado S.A., oraz o powierzchni 256 m² w budynku przy ul. Piłsudskiego 176 w Ząbkach na podstawie umowy najmu z dnia 16 lutego 1999, zawartej z Mazowieckim Stowarzyszeniem Rozwoju Przedsiębiorczości.

14.5. Dane o nieruchomościach posiadanych przez Elberg sp. z o.o.

Elberg sp. z o.o. nie posiada żadnych nieruchomości. Spółka użytkuje lokal o powierzchni 166 m² w budynku przy ul. Mełgiewskiej 2 w Lublinie na podstawie umowy najmu z dnia 1 marca 1996 roku wraz z aneksami, zawartej z DK-MED Przedsiębiorstwem Zaopatrzenia Lecznictwa.

14.6. Dane o nieruchomościach posiadanych przez Elpro sp. z o.o.

Elpro sp. z o.o. posiada 12 nieruchomości istotnych dla jej działalności. Spółce przysługuje prawo własności nieruchomości położonych w Lublinie, Biłgoraju, Rykach o łącznej powierzchni 7.332 m² oraz współwłasność w 1/2 nieruchomości położonej w Lublinie o powierzchni 302 m². Ponadto spółce przysługuje prawo użytkowania wieczystego nieruchomości położonych w Łęcznej, Lublinie, Puławach i Rykach, o łącznej powierzchni 19.949 m², obciążonych hipoteką zwykłą w kwocie 3.720.000,00 zł na rzecz BRE Bank S.A. Oddział Regionalny w Lublinie oraz hipoteką zwykłą w kwocie 350.000,00 zł na rzecz Banku Przemysłowo-Handlowego S.A. Oddział II w Lublinie. Poza tym na nieruchomościach spółki nie ustanowiono innych obciążeń, z wyjątkiem służebności przejazdu.

Elpro sp. z o.o. jest wynajmującym na podstawie 6 umów najmu lokali usługowych, w tym jednej zawartej ze Stokrotka sp. z o.o.

15. Postępowania toczące się w stosunku do Grupy Kapitałowej

W stosunku do Emitenta ani podmiotów wchodzących w skład jego Grupy Kapitałowej, jak również akcjonariuszy Emitenta nie toczą się postępowania układowe, ugodowe czy likwidacyjne.

Emitent jest stroną 13 spraw w postępowaniu upominawczym uproszczonym bądź nakazowym, w których wartość przedmiotu sporu nie przekracza 10 tys. zł. Łączna wartość dochodzonych przez Emitenta w tych postępowaniach roszczeń (bez odsetek i kosztów postępowania sądowego) wynosi 26.538,81 zł. Emitent jest stroną 10 postępowań sądowych (w postępowaniu upominawczym, uproszczonym lub nakazowym), w których wartość przedmiotu sporu przekracza 10 tys. zł. W postępowaniach tych łączna wartość przedmiotu sporu wynosi 239.021,22 zł (bez odsetek i kosztów postępowania). We wszystkich wspomnianych postępowaniach Emitent występuje w charakterze powoda.

W trakcie postępowania egzekucyjnego znajduje się 101 spraw z wniosku Emitenta, z czego w 33 przypadkach wysokość dochodzonej należności przewyższa kwotę 10 tys. zł (bez odsetek). Łączna kwota należności dochodzonych przez Emitenta w postępowaniu egzekucyjnym wynosi 1.029.498,86 zł, z czego łączna wartość dochodzonych należności wyższych niż 10 tys. zł to 781.777,03 zł.

² W dniu 7 czerwca 2001 roku zarząd Polar S.A. z siedzibą we Wrocławiu złożył oświadczenie dotyczące wykreślenia tej hipoteki. Odpowiedni wniosek do sądu wieczystoksięgowego został złożony.

Ponadto Emitent jest pozwany w dwóch sprawach z powództwa byłych pracowników Eldorado S.A. Przedmiotem jednej jest żądanie wypłaty wynagrodzenia za pracę, zaś drugiego odszkodowanie z tytułu niezasadnionego rozwiązania umowy o pracę.

Stokrotka sp. o.o. prowadzi 6 spraw sądowych (w tym jedną o wartości przedmiotu sporu wyższej niż 10 tys. zł) o łącznej wartości przedmiotu sporu (bez odsetek i kosztów postępowania) 25.572 zł. We wszystkich wspomnianych postępowaniach Stokrotka sp. o.o. występuje w charakterze powoda.

Grente sp. z o.o. jest stroną 4 postępowań sądowych (1 w postępowaniu nakazowym i 3 w postępowaniu upominawczym), których łączna wartość przedmiotu sporu (bez odsetek i kosztów postępowania) wynosi 58,818,29 zł. We wszystkich wspomnianych postępowaniach Grente sp. z o.o. występuje w charakterze powoda.

Elberg sp. z o.o. jest stroną 7 postępowań sądowych, których łączna wartość przedmiotu sporu (bez odsetek i kosztów postępowania) wynosi 14.803,78 zł. Ponadto na wniosek Elberg sp. z o.o. są prowadzone 3 postępowania egzekucyjne, w których łączna wysokość dochodzonych roszczeń jest równa 7.923,97 zł. Wszystkie postępowania zostały wszczęte na skutek pozwu lub wniosku wniesionego przez Elberg sp. o.o.

Emitent zgłosił również w postępowaniu upadłościowym toczącym się wobec Międzywojewódzkiej Handlowej Spółdzielni Inwalidów w Zamościu wierzytelność w wysokości 12.456,10 zł, powiększoną o należne odsetki i koszty postępowania. Grente sp. z o.o. zgłosiła w postępowaniu upadłościowym prowadzonym w stosunku do Market Prozperito S.A. wierzytelność w kwocie 22.591,97 zł powiększoną o należne odsetki i koszty postępowania. Ponadto Elberg sp. z o.o. zgłosiła w postępowaniach układowych prowadzonych w stosunku do PIGO S.A. z siedzibą w Olsztynie i Korporacji LOBO S.A. z siedzibą w Lublinie wierzytelności w łącznej kwocie 4.793,10 zł, powiększone o należne odsetki i koszty postępowania.

Stokrotka sp. z o.o. jest stroną w dwóch postępowaniach administracyjnych dotyczących wydania decyzji o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu. Postępowania te dotyczą terenów, na których Stokrotka sp. z o.o. zamierza wznieść pawilony handlowe.

16. Opis realizacji obowiązków wynikających z tytułu wymagań ochrony środowiska

Na Emitenta, a także żaden z podmiotów wchodzących w skład jego Grupy Kapitałowej, nie nakładano żadnych kar lub sankcji z tytułu naruszenia przepisów w zakresie ochrony środowiska naturalnego. Działalność Grupy Kapitałowej nie zagraża środowisku naturalnemu i nie wymaga uzyskania jakichkolwiek decyzji administracyjnych wydanych na podstawie przepisów prawnych dotyczących ochrony i zasad korzystania ze środowiska naturalnego.