

Rozdział V – Dane o działalności Emitenta

5.1 Informacje o podstawowych produktach, towarach i usługach

5.1.1 Informacje o prowadzonej działalności

Lena Lighting SA jest wiodącym polskim producentem wysokiej jakości opraw oświetleniowych. Większość produkowanych przez Spółkę opraw sprzedawana jest na rynkach zagranicznych, natomiast przychody ze sprzedaży netto ogółem na rynku polskim stanowiły około 48% łącznych przychodów Emitenta w 2004 roku. Spółka posiada wiodącą pozycję na rynku polskim w zakresie plafonier technicznych i opraw przenośnych, natomiast na rynku zagranicznym w zakresie profesjonalnych opraw przenośnych.

Poprzednikiem prawnym Lena Lighting S.A. były trzy działające oddzielnie spółki: Lena Lighting Sp. z o.o., Lena Electric Sp. z o.o. i Lena Sp. z o.o., które w dniu 31 grudnia 2004 zostały połączone poprzez zawiązanie nowej spółki kapitałowej. Historia biznesowa Emitenta rozpoczęła się od utworzonej w 1989 roku spółki PPH „Gobar” Sp. z o.o., której nazwa została zmieniona w 1997 roku na Lena Lighting Sp. z o.o. W pierwszym etapie działalności PPH Gobar Sp. z o.o. zajmowała się pośrednictwem handlowym w zakresie wykonawstwa podzespołów metalowych do maszyn. Od 1992 roku PPH Gobar Sp. z o.o. stopniowo zmieniała przedmiot działalności, koncentrując się na produkcji i dystrybucji opraw oświetleniowych. W roku 2000 powstały dwie kolejne spółki: Lena Electric Sp. z o.o. i Lena Sp. z o.o. Przedmiotem działalności pierwszej ze spółek była dystrybucja m.in. wyrobów Lena Lighting Sp. z o.o. na terenie Polski, natomiast drugiej był import (towarów z branży oświetleniowej i komponentów do produkcji) i eksport wyrobów produkowanych przez Lena Lighting Sp. z o.o.

Działalność gospodarcza Emitenta oraz informacje finansowe prezentowane w niniejszym Prospekcie, z wyjątkiem Rozdziału I, pkt 1.12, Rozdziału V, pkt 5.21 oraz Rozdziału VI pkt 6.8 została opisana w oparciu o skonsolidowane dane finansowe Lena Lighting S.A. sporządzone pro forma za okres trzech lat, w taki sposób jakby odrębne podmioty prawne Lena Lighting Sp. z o.o., Lena Electric Sp. z o.o. i Lena Sp. z o.o. prowadziły działalność jako jeden podmiot. Dane pro forma zostały sporządzone zgodnie z art. 44c Ustawy o Rachunkowości i prezentowane są w Rozdziale IX Prospektu. W Rozdziale VIII Prospektu zamieszczone są sprawozdania finansowe spółki Lena Lighting S.A. oraz spółki Lena Lighting Sp. z o.o. uznanej zgodnie z art. 44b Ustawy o Rachunkowości za podmiot nabywający pozostałe spółki (połączenie metodą nabycia). Informacje o działalności Emitenta zaprezentowane zgodnie z tymi sprawozdaniami znajdują się w Rozdziale I, pkt 1.12, Rozdziale V, pkt 5.21 oraz Rozdziale VI pkt 6.8. Połączenie spółek nie mogło zostać ujęte i rozliczone w księgach rachunkowych Emitenta, zgodnie z art. 44c, gdyż nie zostały spełnione warunki, o których mowa w ust 1 pkt 2) i 3) tego artykułu. Zwraca się uwagę potencjalnym inwestorom, że dla prawidłowej oceny działalności Emitenta niezbędne jest zapoznanie się z częściami Prospektu opisującymi działalność Emitenta oraz jego wyniki finansowe w taki sposób, jakby odrębne podmioty prawne Lena Lighting Sp. z o.o., Lena Electric Sp. z o.o. i Lena Sp. z o.o. prowadziły, za okresy prezentowane w sprawozdaniach finansowych zawartych w Rozdziale VIII Prospektu, działalność jako jeden podmiot. W opinii Emitenta przyjęte rozwiązanie w sposób bardziej pełny i przejrzysty opisuje działalność prowadzoną przez poprzedników biznesowych Emitenta. Skoncentrowanie się jedynie na opisie działalności Lena Lighting Sp. z o.o. w prezentowanych latach spowodowałoby pominięcie istotnych z punktu widzenia działalności Lena Lighting S.A. informacji w zakresie działalności operacyjnej.

Oferta Emitenta obejmuje obecnie 5 podstawowych grup produktowych (plafonier techniczne, oprawy przenośne, oprawy przemysłowe, oprawy biurowe oraz oprawy ogrodowe). Pierwszymi wyrobami produkowanymi przez Spółkę były plafonier techniczne oraz standardowe oprawy przenośne. W roku 2000 oferta Emitenta została poszerzona o profesjonalne oprawy przenośne. Spółka systematycznie rozbudowywała swoją ofertę, zwiększając liczbę linii produktowych oraz w ramach tych linii liczbę pozycji asortymentowych. W roku 2001 rozpoczęto produkcję opraw z grupy opraw ogrodowych, natomiast w 2003 roku Spółka wprowadziła na rynek pierwsze własne produkty z grupy opraw biurowych. W roku 2004 rozpoczęta została produkcja opraw z grupy opraw przemysłowych. Model biznesowy Spółki oparty jest na dokładnej analizie rynku i popytu na sprzęt oświetleniowy, a następnie na wprowadzaniu do oferty nowych pozycji asortymentowych, początkowo jako towarów, a w przypadku odpowiedniego popytu ze strony odbiorców stopniowego uruchamiania ich produkcji. Taki model pozwala Spółce stosunkowo bezpiecznie osiągać wzrost udziału w rynku danego produktu. Wprowadzenie nowych pozycji asortymentowych i grup produktowych poprzedzone jest badaniami rynku, przede wszystkim prowadzonymi pod kątem obowiązujących na nim trendów, mody, zapotrzebowania na danych rodzaj produktów oraz stosowanych rozwiązań technicznych. W latach 2001-2004 Spółka odnotowała prawie dziewięciokrotny wzrost liczby pozycji asortymentowych wytwarzanych przez siebie produktów, z 67 pozycji na koniec 2000 roku do 583 w 2004, natomiast liczba linii produktowych wzrosła w tym okresie z 11 do 36. Spółka posiada obecnie wiodącą pozycję na rynku polskim w zakresie plafonier technicznych i opraw przenośnych, natomiast na rynku zagranicznym w zakresie profesjonalnych opraw przenośnych. W roku 2004 w Spółce nastąpiły ważne osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju. Spółka śledząc światowe trendy w wykorzystaniu nowatorskich źródeł światła zaczęła stosować w profesjonalnych oprawach warsztatowych diody LED. Na dzień dzisiejszy Spółka jest jedynym producentem w Europie Środkowo-Wschodniej stosującym w wyżej wymienionych oprawach diody LED jako źródło światła. Dzięki temu powstała cała gama nowoczesnych produktów charakteryzujących się wysoką jakością. Asortyment Spółki to około 950 produktów (wyrobów własnych i towarów) oferowanych głównie pod własnymi markami „Lena Lighting” oraz „Practic Line”. Taka polityka zarządzania asortymentem daje Spółce przewagę konkurencyjną i umożliwia szybkie reagowanie na zmianę wymagań technicznych i jakościowych oraz trendów, gustów na rynku oświetleniowym.

Spółka prowadzi sprzedaż swoich produktów i towarów na rynku polskim oraz rynkach zagranicznych. Głównymi odbiorcami produktów na terenie Polski są: hurtownie elektrotechniczne, ogólnobudowlane sklepy wielkopowierzchniowe, hurtownie narzędziowe oraz ogólnospożywcze sklepy wielkopowierzchniowe i sklepy dyskontowe. Natomiast wśród odbiorców zagranicznych można wyróżnić importerów materiałów elektrotechnicznych oraz importerów oświetlenia miejsca pracy.

Produkty Spółki stanowią silną konkurencję w branży sprzętu oświetleniowego, zarówno na rynku polskim, jak i rynkach zagranicznych. Pod względem jakościowym Lena Lighting produkuje wyroby dorównujące produktom oferowanym przez producentów z Europy Zachodniej, jednakże oferuje je po średnio 10-15% niższych cenach. Konkurencją cenową dla wyrobów Spółki jest oferta producentów z Chin, jednakże produkty te charakteryzują się niższą jakością. Spółka na bieżąco monitoruje działania producentów z Chin, a także utrzymuje z nimi stałe relacje,

m.in. uczestnicząc w targach, wizytując fabryki i zlecając wykonanie określonych towarów lub komponentów z umownym prawem wyłączności. Producenci opraw oświetleniowych z krajów Europy Środkowo-Wschodniej – przede wszystkim Czech i Słowacji – koncentrują się głównie na rynkach, gdzie o zakupie produktu decyduje jego cena (Rosja, Balkany), natomiast normy bezpieczeństwa oraz energooszczędność odgrywają mniejszą rolę.

Lena Lighting prowadzi aktywną politykę poszerzania docelowych rynków zbytu. Obecnie eksportuje swoje wyroby do 32 państw Europy Zachodniej i Środkowo-Wschodniej. Polityka stałego poszerzania asortymentu oferowanych produktów i towarów skutkuje zdobywaniem nowych odbiorców i rynków zbytu.

Odbiorcami zagranicznymi oferty produktowej Spółki są przede wszystkim duże firmy zaopatrujące sieci ogólnobudowlanych sklepów wielkopowierzchniowych oraz firmy dostarczające towary do hurtowni oraz bezpośrednio do przemysłu. W Polsce odbiorcami jest około 90% podmiotów obecnych na rynku hurtowym elektrotechnicznym oraz wszystkie liczące się sieci ogólnobudowlanych sklepów wielkopowierzchniowych. Polityka sprzedaży i dystrybucji na terenie kraju i za granicą jest różna, co umożliwia Emitentowi dostosowanie się do warunków panujących na poszczególnych rynkach. Sprzedaż eksportową zajmuje się 15 managerów odpowiedzialnych za poszczególne rynki (kraje lub grupy krajów), którzy utrzymują bieżące relacje z odbiorcami na danym rynku, badają ich zapotrzebowanie i kierunki rozwoju tego rynku. Sprzedaż zagraniczna odbywa się bezpośrednio z siedziby Spółki i prowadzona jest w oparciu o kilku dużych importerów w każdym z państw. Zamówienie indywidualnego klienta zagranicznego realizowane jest zgodnie z wymogami danego rynku pod względem parametrów technicznych, opakowania oraz instrukcji. Wprowadzone w Spółce metody zarządzania produkcją umożliwiają jej szybkie reagowanie na zapotrzebowanie klientów, również w przypadku, gdy wymagają one wprowadzenia specyficznych rozwiązań technicznych. Na terenie Polski sprzedaż realizowana jest poprzez sieć 13 przedstawicieli regionalnych. Osoby te są odpowiedzialne za współpracę z klientami na powierzonych terenach, osiąganie założonych planów sprzedaży, rozwój dystrybucji oraz penetrację regionów celem pozyskania nowych odbiorców. Wszystkie zamówienia trafiają do siedziby Spółki, skąd z magazynu centralnego są wysyłane do klienta na terenie Polski w ciągu 48 godzin. Warunki handlowe poszczególnych klientów ustalane są indywidualnie i uzależnione są od szerokości zamawianej oferty oraz generowanych obrotów. Sprzedaż na terenie Polski planowana jest z dużym wyprzedzeniem. Stały monitoring rynku umożliwia stworzenie planów sprzedaży, które uwzględniają sezonowość sprzedaży oraz prowadzenie akcji marketingowych.

Wśród najważniejszych polskich odbiorców znajdują się m.in. Castorama Polska Sp. z o.o., Grupa Dystrybucyjna Inter-Elektro Warszawa, El-Plus Sp. z o.o. Chorzów, Praktiker Polska Sp. z o.o. Warszawa, Leroy Merlin Polska Sp. z o.o. Piaseczno, Grupa Rondo Sp. z o.o. Jabłonna Lacka, Alfa-Elektro Sp. z o.o. Katowice. Najważniejszymi odbiorcami zagranicznymi są: w Europie Zachodniej – Prof. Praxis (Belgia), Comptoir Electrique Francais (Francja), Clavis Tool GmbH (Niemcy), Inter-Union Technohandel (Niemcy), Heinrich Kopp GmbH (Niemcy), natomiast w Europie Środkowo-Wschodniej – Elektrokratt (Rosja), OOO „Elektrosvetotekhnika” (Ukraina), Panlux (Czechy), Uab Senuku Prekybos Centras (Litwa). Duża liczba odbiorców – ponad 1.300 podmiotów – wyrobów Spółki świadczy o dobrej jakości i odpowiednio dobranym asortymencie oferty produktowej Spółki. Polityką Spółki jest utrzymywanie dużego geograficznego rozproszenia odbiorców, co wpływa na szybki wzrost wolumenu sprzedaży oraz ograniczenie wpływu zmian koniunkturalnych na poszczególnych rynkach na wielkość sprzedaży.

Wysoka jakość produktów Spółki i jej kompleksowa oferta, a także dynamiczny rozwój Lena Lighting S.A. potwierdzone zostały otrzymanymi licznymi certyfikatami. Spółka została doceniona w zakresie wysokiej jakości swoich produktów następującymi certyfikatami: „Najwyższa jakość” 2004 oraz „Wielkopolska Jakość” 2004. Spółka posiada także certyfikaty potwierdzające spełnianie przez produkty Lena Lighting S.A. norm bezpieczeństwa, którym podlegają (są nimi VDE-Pruf-und Zertifizierungsinstitut, TÜV Rheinland Product Safety GmbH, IEL – Instytut Elektrotechniki, ZETOM – Zakład Badań i Atestacji oraz certyfikaty rosyjskie, białoruskie, ukraińskie). Spółka została również doceniona jako dynamicznie rozwijający się podmiot gospodarczy przez dziennik „Puls Biznesu” tytułem „Gazeli Biznesu” w latach 2003 oraz 2004.

Proces produkcyjny Spółki

Proces produkcyjny Spółki oparty jest w dużej mierze o system outsourcing'u – tj. prace w znacznej części są zlecane podwykonawcom. Podwykonawcami są głównie firmy zewnętrzne wykonujące usługi tylko na rzecz Spółki, lub firmy utworzone wyłącznie na potrzeby Spółki, które głównie produkują w oparciu o narzędzia, materiały i technologie będące własnością Spółki. Podmioty te przyjmują zlecenia i są monitorowane pod względem przestrzegania tajemnic firmowych, technologii, jak i utrzymania stałej jakości produkcji. Do głównych zakładów produkujących na potrzeby Lena Lighting S.A. zalicza się Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych Andrzej Pawlak, Środa Wlkp. Proces produkcyjny stosowany przez Spółkę jest procesem powszechnie stosowanym w krajach wysoko rozwiniętych przy produkcji sprzętu oświetleniowego.

Najważniejsze elementy procesu produkcyjnego stosowanego przez Spółkę Lena Lighting to:

- Zdywersyfikowane zaopatrzenie w surowce (około 20% zaopatrzenia) i półprodukty zarówno w kraju, jak i za granicą;
- Produkcja podzespołów do opraw oświetleniowych przez podwykonawców, pracujących na własnych maszynach lub na maszynach będących własnością Emitenta. W przypadku własnych maszyn Spółka jest zobowiązana do wykonywania okresowych remontów, jednakże za wszelkie uszkodzenia wynikające z błędów podwykonawcy odpowiada podwykonawca. Niewykonanie przez podwykonawcę komponentów w określonym przez Spółkę terminie daje jej prawo do zamówienia tych komponentów u innego producenta, obciążając kosztami podwykonawcę, który nie wywiązał się ze swoich obowiązków.
- Wyprodukowane komponenty trafiają do magazynów Spółki, gdzie poddawane są wewnętrznej kontroli jakości i są składowane.
- Na podstawie miesięcznych planów sprzedaży oraz konkretnych zamówień podzespoły odbierane są przez podwykonawców, którzy montują z nich produkt finalny, następnie przechodzą w magazynach Spółki kontrolę jakości według systemu AQL 065 i są pakowane w opakowania handlowe.

- Gotowe oprawy składowane są w magazynach Spółki, skąd odbywa się ich dystrybucja do odbiorców.

Strategia marketingowa

Rynek sprzętu oświetleniowego zarówno w Polsce, jak i w Europie to rynek, na którym działa wiele podmiotów, stanowiących silną konkurencję wobec siebie. Osiągnięcie sukcesu na takim rynku jest uzależnione od przyjęcia odpowiedniej strategii marketingowej, umożliwiającej zwiększenie sprzedaży oraz zbudowanie pozytywnego wizerunku. W tym celu Lena Lighting przyjęła strategię marketingową, na którą składają się:

a) Badania rynku – istotnym czynnikiem wpływającym na działalność firmy jest fakt stałego śledzenia rozwoju rynku oświetleniowego poprzez prowadzenie szeroko zakrojonych i rozbudowanych tematycznie badań, dzięki którym Spółka poznaje atrakcyjne pod względem przyszłych inwestycji gałęzie produktowe, poznaje potrzeby i wymagania klientów, analizuje strategię konkurencji. Pozwala to na podejmowanie przemyślanych decyzji inwestycyjnych oraz na prowadzenie skutecznej strategii marketingu i sprzedaży. Główny zakres tematyczny badań to: badania nad potencjałami rynkowymi w danych gałęziach produktowych, badania udziałów rynkowych firmy oraz firm konkurencyjnych; badania cenowe, strategii marketingowej konkurencji, benchmarking; testowanie koncepcji nowych produktów; testy rynkowe; badania wizerunku firmy wśród klientów; badania nad stopniem satysfakcji klientów ze współpracy; stała analiza publikacji ekonomiczno-gospodarczych (GUS, publikacje branżowe).

b) Program lojalnościowy *Lena Profit* – prowadzony jest od 2002 roku i skierowany do wszystkich polskich odbiorców hurtowych. Program stanowi narzędzie służące budowaniu i podtrzymywaniu pozytywnych relacji z klientami. Jest to przedsięwzięcie długofalowe, organizowane corocznie przez Spółkę i trwające przez okres 6 miesięcy w roku, głównie w okresach, w których następuje sezonowy spadek sprzedaży wybranych grup produktowych.

c) Program *Filar* – skierowany jest do elitarnego grona krajowych klientów hurtowych. Ma na celu wyróżnienie i promowanie największych i najdynamiczniej rozwijających się podmiotów. Laureatami zostają firmy, które w rocznym okresie rozliczeniowym osiągnęły określony przez firmę próg obrotu i wykazały wyższy wzrost sprzedaży od średniego wzrostu sprzedaży zrealizowanego przez Emitenta na terenie Polski w danym roku. Laureaci otrzymują szereg przywilejów z zakresu obsługi klienta, tj. priorytetowe traktowanie zamówień; specjalny fundusz promocyjny przeznaczony na wspólne działania marketingowe podejmowane wraz ze Spółką; atrakcyjne comiesięczne akcje promocyjne dostosowane do oczekiwań (zakres produktów nimi objętych dobierany na podstawie ankiet wypełnianych przez laureatów); wsparcie w postaci szkoleń dla pracowników na temat nowego asortymentu Lena Lighting.

d) Cykliczne promocje sprzedaży – Spółka przygotowuje w każdym miesiącu skierowane do klientów pakiety promocji. W zależności od założeń promocje wspierane są materiałami reklamowymi (plakaty, ulotki, reklama w prasie branżowej) oraz upominkami (gadżety).

e) Imprezy okolicznościowe dla kluczowych klientów – począwszy od 2002 roku organizowane są coroczne spotkania z kluczowymi klientami. Celem spotkań jest prezentacja osiągnięć firmy, nowych produktów w portfolio Spółki, a także budowa pozytywnych relacji między klientami a pracownikami Spółki.

f) Współuczestnictwo w akcjach marketingowych organizowanych przez ogólnobudowlane sklepy wielkopowierzchniowe – stała współorganizacja promocji, uczestnictwo w wydawanych cyklicznie gazetkach reklamowych, dbałość o właściwą prezentację wyrobów własnych w miejscu sprzedaży.

g) Promocja marki Lena Lighting wśród architektów, projektantów, inwestorów i wykonawców inwestycji budowlanych – od 2002 roku działa w Spółce dział obsługi inwestycji budowlanych, do zadań którego należy przede wszystkim promocja marki Lena Lighting oraz reprezentowanie firmy wśród architektów, projektantów instalacji elektrycznych, inwestorów oraz wykonawców inwestycji. Pracownicy działu zajmują się także obsługą biur projektowych w zakresie doradztwa technicznego i projektowego dotyczącego oferty spółki. Specjalnie na potrzeby działu w lutym 2004 został stworzony profesjonalny program komputerowy służący do projektowania oświetlenia na bazie opraw oświetleniowych oferowanych przez spółkę – Prometheus 3.0. Program jest darmowy, stale uaktualniany o produkty dodawane do oferty. Dystrybucja programu odbywa się przez Przedstawicieli ds. Inwestycji, bezpośrednią wysyłkę z firmy – w odpowiedzi na kontakt ze strony WWW oraz przez prasę branżową.

h) Materiały marketingowe przeznaczone do punktów sprzedaży – Spółka corocznie przygotowuje katalogi produktów, uczestniczy w tworzeniu katalogów produktów przygotowywanych przez klientów, drukuje plakaty, ulotki, dostarcza do klientów tablice demonstracyjne (zaprojektowane w oparciu o wytyczne klientów) prezentujące produkty firmy oraz dostarcza szereg drobnych gadżetów reklamowych.

i) Działania związane z budową pozytywnego wizerunku Spółki – przedstawiciele Emitenta uczestniczą we wszystkich ważniejszych branżowych imprezach targowych w kraju i na świecie, prezentując bieżącą ofertę firmy, śledząc nowe trendy na rynku i nawiązując kontakty w branży. Ponadto firma współpracuje z wortalami i branżową prasą, umieszczając reklamy, teksty sponsorowane, informacje o nowościach i wydarzeniach dotyczących firmy.

Inwestycje w park maszynowy oraz ich efekty

W latach 2001-2004 Spółka w celu zwiększenia możliwości produkcyjnych dokonała rozbudowy hali wtryskarek, rozpoczęła rozbudowę hali pras oraz dokonała zakupów urządzeń produkcyjnych. Zakupy te obejmowały m.in.: wtryskarkę ślimakową Husky; wtryskarkę ślimakową Battenfeld; dwie profilarki do profili z blach stalowych; prasę krawędziową CTO 80; prasy mimośrodowe 25, 40, 160 ton; prasę hydrauliczną 25 ton; rozbudowę malarni: zakup myjki ultradźwiękowej, pieca do wypalania farby oraz aplikatora farb proszkowych; urządzenia rozwijająco-prostujące do taśm stalowych; sprężarki tłokowej i urządzenia uzdatniającego powietrze; myjkę zanurzeniową.

Efekty przeprowadzonych inwestycji:

- opracowanie technologii i wdrożenia do produkcji linii opraw rastrowych (w grupie opraw biurowych) – 2 linie produktów;
- opracowanie technologii i wdrożenia do produkcji szerokiej gamy plafonier technicznych – 11 linii produktów;
- opracowanie technologii i wdrożenia do produkcji profesjonalnych lamp przenośnych – 3 linie produktów, oraz standardowych lamp przenośnych – 5 linii produktów;
- opracowanie technologii i wdrożenia do produkcji gamy opraw przemysłowych – 3 linie produktów;
- opracowanie technologii i wdrożenia do produkcji gamy opraw ogrodowych – 4 linie produktów.

Przeprowadzone inwestycje wpłynęły na wzrost mocy produkcyjnych o około 30% w 2002 roku, 45% w 2003 oraz 35% w 2004. Na koniec 2004 roku Spółka posiadała 36 linii produktowych, w ramach, których wytwarzane były 583 pozycje asortymentowe. Obecnie możliwości produkcyjne Spółki kształtują się na poziomie 7,2 mln sztuk opraw oświetleniowych rocznie i są o 4,3 mln sztuk większe niż w 2001 roku, kiedy to Spółka była w stanie wyprodukować 2,9 mln sztuk opraw oświetleniowych. W kolejnych latach możliwości produkcyjne spółki wynosiły: 3,7 mln sztuk w 2002 r., 5,4 mln sztuk w 2003 r. i w 2004 r. osiągnęły poziom 7,2 mln sztuk.

5.1.2 Informacja o podstawowych produktach, towarach lub usługach

Działalność Spółki koncentruje się na produkcji i handlu oprawami oświetleniowymi. Asortyment produktowy można podzielić na 5 głównych grup produktowych (plafonier techniczne, oprawy przenośne, oprawy przemysłowe, oprawy biurowe, oprawy ogrodowe) oraz dodatkową grupę „pozostałe”, która obejmuje produkty nie zakwalifikowane do wyodrębnionych 5 grup.

Plafonier techniczne

Plafonier techniczne są to małogabarytowe oprawy oświetleniowe przeznaczone do montażu na suficie lub ścianie, w których wykorzystywane są żarowe lub świetłówkowe źródła światła. Znajdują zastosowanie jako oświetlenie stałe pomieszczeń sanitarnych, korytarzy, klatek schodowych, elewacji budynków, a także garaży i warsztatów. Oferta kierowana jest na rynek pośredni, tzn. do hurtowni elektrotechnicznych oraz ogólnobudowlanych sklepów wielkopowierzchniowych, oferujących elementy wykończenia wnętrz. Nabywcami ostatecznymi są instalatorzy, firmy budowlane, firmy wykonujące instalacje elektryczne budynków lub osoby prywatne dokonujące instalacji opraw oświetleniowych we własnym zakresie. Plafonier techniczne są głównym produktem Spółki, a przychody z ich sprzedaży stanowiły w 2004 roku ponad 41% przychodów netto ze sprzedaży wyrobów własnych. Udział Spółki w ramach polskiego rynku plafonier technicznych szacowany jest na poziomie 51%.

Oprawy przenośne

Oprawy przenośne są to oprawy oświetleniowe służące do oświetlenia miejsca pracy, w których wykorzystywane są żarowe, świetłówkowe lub diodowe źródła światła. Znajdują zastosowanie w budownictwie oraz w sektorze motoryzacyjnym. Gama opraw dzieli się na profesjonalne i standardowe oprawy przenośne. Oprawy profesjonalne charakteryzują się wyższą ceną ze względu na wyższą jakość, trwałość, niezawodność i nowoczesność rozwiązań technicznych. Oferta ta kierowana jest do hurtowni narzędziowych, ogólnobudowlanych sklepów wielkopowierzchniowych oraz wyspecjalizowanych firm dostarczających kompleksową ofertę wyposażenia warsztatów samochodowych oraz zaopatrujących przemysł w maszyny i narzędzia. Oprawy standardowe skierowane są do szerokiego grona odbiorców, a dystrybuowane są poprzez hurtownie elektrotechniczne, hurtownie narzędziowe oraz ogólnobudowlane sklepy wielkopowierzchniowe. Oprawy przenośne są drugim pod względem udziału w przychodach netto ze sprzedaży wyrobów własnych produktem, który to udział w 2004 roku wynosił prawie 30%. Lena Lighting, w ramach opraw przenośnych, jest zdecydowanym liderem na rynku polskim, posiadając około 84% rynku. Emitent jest wiodącym producentem profesjonalnych opraw przenośnych w Europie.

Oprawy przemysłowe

Oprawy przemysłowe to oprawy oświetleniowe przeznaczone do montażu na suficie, ścianie lub w podłożu, w których wykorzystywane są świetłówkowe lub halogenowe źródła światła. Służą one do oświetlania magazynów, hal, pomieszczeń produkcyjnych. Oferta kierowana jest przede wszystkim do hurtowni elektrotechnicznych zaopatrujących sektor budowlany. Nabywcami ostatecznymi są firmy wykonujące instalacje elektryczne budynków, instalatorzy, firmy budowlane oraz prywatni inwestorzy. Udział tej grupy asortymentowej w przychodach ze sprzedaży netto wyrobów własnych w 2004 roku wyniósł 5,8%.

Oprawy biurowe

Oprawy biurowe to oprawy oświetleniowe przeznaczone do montażu na suficie, ścianie lub w podłożu, w których wykorzystywane są świetłówkowe lub halogenowe źródła światła. Są one stosowane jako oświetlenie biur lub pomieszczeń użyteczności publicznej. Oferta kierowana jest przede wszystkim do hurtowni elektrotechnicznych zaopatrujących sektor budowlany. Nabywcami ostatecznymi są firmy wykonujące instalacje elektryczne budynków, instalatorzy, firmy budowlane oraz prywatni inwestorzy. Ta grupa asortymentowa charakteryzuje się bardzo dynamicznym wzrostem zarówno pod względem wartościowym, jak i udziału w przychodach netto ze sprzedaży wyrobów własnych. Wzrost obserwowany jest od 2002 roku, kiedy to udział ten wynosił 0,4%, osiągając w 2004 roku 10,5%.

Oprawy ogrodowe

Oprawy ogrodowe to oprawy oświetleniowe przeznaczone do montażu w podłożu lub na ścianie, w których wykorzystywane są żarowe lub świetłówkowe źródła światła. Służą one do oświetlenia ogrodów oraz terenów zielonych. Oferta kierowana jest przede wszystkim do

ogólnobudowlanych sklepów wielkopowierzchniowych oferujących elementy wykończenia wnętrz oraz do hurtowni elektrotechnicznych. Nabywcami są osoby prywatne lub instalatorzy dokonujący montażu opraw na zlecenie prywatnych inwestorów. Przychody ze sprzedaży netto tej grupy asortymentowej konsekwentnie wzrastają od 2002 roku, co pozwala na utrzymanie ich stałego (ponad 3%) udziału w przychodach netto ze sprzedaży wyrobów własnych.

Pozostałe

W grupie tej znajdują się pozostałe artykuły będące w ofercie firmy: artykuły elektrotechniczne, przedłużacze: mieszkaniowe, bębnowe. Oferta ta kierowana jest do hurtowni elektrotechnicznych, ogólnobudowlanych sklepów wielkopowierzchniowych oraz ogólnospożywczych sklepów wielkopowierzchniowych. W grupie tej znajdują się także części do produkcji lamp, które są odsprzedawane podwykonawcom. Przychody ze sprzedaży tego asortymentu stanowią około 10% przychodów netto ze sprzedaży wyrobów własnych.

Towary

Towary oferowane przez Spółkę można podzielić na podobne grupy asortymentowe jak wyroby własne: plafonier techniczne, oprawy przenośne, oprawy przemysłowe, oprawy biurowe, oprawy ogrodowe oraz pozostałe. Najważniejszą grupę asortymentową wśród wymienionych stanowią oprawy przemysłowe, które w 2004 roku dostarczyły 27% przychodów netto ze sprzedaży towarów ogółem. Kolejną grupę pod względem udziału przychodów w przychodach netto ze sprzedaży towarów ogółem stanowią oprawy biurowe (w 2004 roku 22%). W skład grupy o nazwie „Pozostałe” zostały zaliczone: źródła światła, drobny asortyment elektroinstalacyjny (wtyczki, gniazda) oraz przedłużacze (mieszkaniowe, bębnowe, uniwersalne).

Usługi

Spółka świadczy usługi w zakresie wynajmu środków trwałych swoim podwykonawcom. Przychody z tej działalności nie były znaczące, ponieważ nie przekraczały w ostatnich trzech latach 0,61% przychodów netto ze sprzedaży.

5.1.3 Podstawowe produkty, towary i usługi

Przychody ze sprzedaży ogółem, w podziale na wyroby własne, towary i usługi, przedstawia poniższa tabela:

Sprzedaż	31.03.2005		2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Wyroby własne	14 664	69,77%	64 170	84,03%	47 026	78,71%	31 340	73,82%
Towary	6 127	29,15%	11 732	15,36%	12 510	20,94%	10 975	25,85%
Usługi	226	1,08%	461	0,61%	212	0,35%	138	0,33%
Przychody netto ze sprzedaży ogółem	21 017	100,00%	76 363	100,00%	59 748	100,00%	42 453	100,00%
Dynamika	-	-	1,28	-	1,41	-	-	-

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Przychody ze sprzedaży ogółem wzrosły w 2004 roku w stosunku do 2003 o 28%, natomiast w roku w 2003 wzrost ten wyniósł 41%. Struktura sprzedaży w latach 2002-2004 ulegała niewielkim zmianom. Dominujący udział w przychodach ze sprzedaży ogółem miały wyroby własne i to one charakteryzowały się silnymi wzrostami (50% w 2003 roku oraz 36% w 2004). Przychody netto ze sprzedaży towarów spadły w roku 2004 o 0,8 mln zł, natomiast w 2003 roku wzrosły o około 1,5 mln zł. W grupie towarów znajdują się przede wszystkim wyroby po raz pierwszy wprowadzane na rynek przez Spółkę. W przypadku, gdy nowy produkt osiąga odpowiednio wysoką sprzedaż, Spółka wprowadza go do swojego portfela produkcyjnego. Dlatego też wartość towarów nie ulega większym zmianom, natomiast ich udział w przychodach netto ze sprzedaży spada. W pierwszym kwartale 2005 roku Spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży netto ogółem na poziomie 21 017 tys. zł, co stanowi o 23% więcej niż w analogicznym kwartale roku 2004.

Przychody ze sprzedaży wyrobów własnych w podziale na główne grupy produktowe przedstawia poniższa tabela:

Sprzedaż	31.03.2005		2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Plafonier techniczne	5 299	36,14%	26 557	41,39%	23 358	49,67%	16 986	54,20%
Oprawy przenośne	5 457	37,21%	19 133	29,82%	15 582	33,13%	9 445	30,14%
Oprawy biurowe	2 271	15,49%	6 706	10,45%	2 162	4,60%	128	0,41%
Oprawy przemysłowe	1 206	8,22%	3 712	5,78%	5	0,01%	31	0,10%
Oprawy ogrodowe	224	1,53%	2 151	3,35%	1 617	3,44%	1 006	3,21%
Pozostałe	207	1,41%	5 911	9,21%	4 302	9,15%	3 744	11,94%
Przychody netto ze sprzedaży wyrobów własnych	14 664	100,00%	64 170	100,00%	47 026	100,00%	31 340	100,00%
Dynamika	-	-	1,36	-	1,50	-	-	-

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Dominujący udział w przychodach ze sprzedaży wyrobów własnych posiadają plafonierzy techniczne (41,4% w 2004 roku), jednakże w latach 2002 – I kwartał 2005 ich udział w przychodach ze sprzedaży systematycznie spadał. Drugą grupą produktową pod względem udziału w przychodach ze sprzedaży są oprawy przenośne, które w latach 2002 – I kwartał 2005 miały od 29,8% do 37,2% udział w przychodach ze sprzedaży. Dominujący udział tych dwóch grup produktów wynika z uwarunkowań historycznych, ponieważ zarówno plafonierzy techniczne, jak i oprawy przenośne były pierwszymi produktami wytwarzanymi i sprzedawanymi przez Spółkę. Pomimo iż udział tych dwóch największych grup produktowych pozostawał w latach 2002 – I kwartał 2005 na wysokim poziomie, to zmniejszał się on na rzecz pozostałych produktów, którymi są oprawy biurowe, oprawy przemysłowe oraz oprawy ogrodowe. Zdobywanie nowych, bardziej wymagających rynków zbytu jest przyczyną zwiększania udziału przychodów ze sprzedaży bardziej zaawansowanych technologicznie grup produktowych (w 2004 roku udział ten wyniósł: oprawy biurowe 10,5%, oprawy przemysłowe 5,8%). W celu uzupełnienia asortymentu w 2002 roku Spółka zaczęła rozwijać produkcję opraw ogrodowych, które w 2004 roku osiągnęły 3,4% udział w przychodach netto ze sprzedaży wyrobów własnych. Spółka wprowadza i rozwija także nowe produkty, których udział kształtuje się w przedziale 9%-12% przychodów netto ze sprzedaży wyrobów własnych. Spółka planuje dalszy rozwój nowych grup produktowych oraz utrzymanie pozycji lidera na rynku plafonier technicznych i opraw przenośnych.

Przychody ze sprzedaży wyrobów własnych wg grup produktowych w podziale na rynki zbytu przedstawia poniższa tabela:

Sprzedaż	31.03.2005		2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Kraj	5 763	39,30%	24 200	37,71%	15 236	32,40%	10 818	34,52%
Plafonierzy techniczne	2 295	15,65%	8 638	13,46%	7 049	14,99%	5 369	17,13%
Oprawy przenośne	835	5,69%	2 597	4,05%	2 161	4,59%	1 867	5,96%
Oprawy biurowe	1 560	10,64%	4 542	7,08%	1 574	3,35%	39	0,13%
Oprawy przemysłowe	819	5,58%	1 752	2,73%	0,8	0,00%	0	0,00%
Oprawy ogrodowe	178	1,22%	1 107	1,72%	862	1,84%	323	1,03%
Pozostałe	76	0,52%	5 564	8,67%	3 589	7,63%	3 220	10,27%
Zagranica	8 901	60,70%	39 970	62,29%	31 790	67,60%	20 522	65,48%
Plafonierzy techniczne	3 004	20,49%	17 919	27,93%	16 309	34,68%	11 617	37,07%
Oprawy przenośne	4 622	31,52%	16 536	25,77%	13 421	28,54%	7 578	24,18%
Oprawy biurowe	711	4,85%	2 164	3,37%	588	1,25%	89	0,28%
Oprawy przemysłowe	387	2,64%	1 960	3,05%	4	0,01%	31	0,10%
Oprawy ogrodowe	46	0,31%	1 044	1,63%	755	1,60%	683	2,18%
Pozostałe	131	0,89%	347	0,54%	713	1,52%	524	1,67%
Przychody netto ze sprzedaży wyrobów własnych	14 664	100,00%	64 170	100,00%	47 026	100,00%	31 340	100,00%
Dynamika	-	-	1,36	-	1,50	-	-	-

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Udział przychodów ze sprzedaży zagranicznej wyrobów własnych w latach 2002 - I kw. 2005 kształtował się w przedziale 60,7 - 67,6%. Zarówno w ramach sprzedaży krajowej, jak i zagranicznej szczególne miejsce zajmują plafonierzy techniczne. Ich udział w przychodach ze sprzedaży wprawdzie systematycznie od 2002 roku spada, jednakże na koniec 2004 roku łącznie (sprzedaż krajowa i zagraniczna) wynosi 41,4%. Spośród produktów kierowanych na rynek krajowy drugie miejsce po plafonierach technicznych zajmują w 2004 roku oprawy biurowe, których dynamiczny wzrost występuje systematycznie od 2002 roku.

Ponad połowa sprzedaży zagranicznej (61,2% w 2004 roku) realizowana jest na rynkach Europy Zachodniej, natomiast pozostała część sprzedaży zagranicznej sprzedawana jest do Europy Środkowo-Wschodniej. Spółka obecnie nie prowadzi sprzedaży na rynki spoza Europy.

Przychody ze sprzedaży towarów wg głównych grup produktowych przedstawia poniższa tabela:

Sprzedaż	31.03.2005		2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Plafonierzy techniczne	130	2,12%	1 795	15,30%	1 445	11,55%	1 425	12,98%
Oprawy przenośne	76	1,24%	11	0,09%	6	0,05%	0,6	0,01%
Oprawy biurowe	367	5,99%	2 575	21,95%	3 295	26,34%	2 915	26,56%
Oprawy przemysłowe	76	1,24%	3 159	26,93%	3 334	26,65%	2 873	26,18%
Oprawy ogrodowe	60	0,98%	142	1,21%	79	0,63%	89	0,81%
Pozostałe	5 418	88,43%	4 050	34,52%	4 351	34,78%	3 672	33,46%
Przychody netto ze sprzedaży towarów	6 127	100,00%	11 732	100,00%	12 510	100,00%	10 975	100,00%
Dynamika	-	-	0,94	-	1,14	-	-	-

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Przychody netto ze sprzedaży towarów wzrosły w 2003 roku o około 1,5 mln zł i w kolejnym 2004 roku spadły o około 0,8 mln zł głównie w wyniku zastępowania towarów handlowych własnymi produktami. Efekt ten wyraźnie widać na przykładzie opraw biurowych, w przypadku których udział w przychodach netto ze sprzedaży towarów spadł od 2002 do 2004 roku o ponad 4,6%. Mimo to, ta grupa asortymentowa pozostaje na drugim miejscu wśród towarów pod względem generowania przychodów ze sprzedaży. Największa część przychodów ze sprzedaży towarów w 2004 roku (w wysokości 3,2 mln zł) przypada na oprawy przemysłowe. Towary, zaklasyfikowane jako oprawy przemysłowe oraz oprawy biurowe, były importowane przez Spółkę. W drugiej połowie 2004 roku Lena Lighting rozpoczęła produkcję części asortymentu wchodzącego w skład tych dwóch grup. Od tego momentu produkty te klasyfikowane są jako wyroby własne.

Sprzedaż sprzętu oświetleniowego wg głównych grup w ujęciu ilościowym przedstawia poniższa tabela:

Sprzedaż	31.03.2005		2004		2003		2002	
	(szt.)	(%)	(szt.)	(%)	(szt.)	(%)	(szt.)	(%)
Plafonier techniczne	509 872	29,60%	2 728 362	38,31%	2 572 099	45,94%	2 197 365	41,01%
Oprawy przenośne	192 883	11,20%	759 880	10,67%	714 654	12,77%	642 190	11,98%
Oprawy biurowe	68 928	4,00%	311 345	4,37%	375 319	6,70%	215 795	4,03%
Oprawy przemysłowe	32 005	1,86%	136 804	1,92%	96 335	1,72%	80 620	1,51%
Oprawy ogrodowe	12 269	0,71%	91 186	1,28%	73 895	1,32%	45 213	0,84%
Pozostałe	906 669	52,63%	3 094 798	43,45%	1 766 044	31,55%	2 177 445	40,63%
Suma	1 722 626	100,00%	7 122 375	100,00%	5 598 346	100,00%	5 358 628	100,00%
Dynamika	-	-	1,27	-	1,04	-	-	-

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Suma sprzedanych produktów w ujęciu ilościowym systematycznie rośnie. Jest to wynikiem zwiększania mocy produkcyjnych poprzez przeprowadzanie inwestycji i modernizację istniejącego parku maszynowego oraz pozyskiwania nowych rynków zbytu. Jednakże w ramach poszczególnych grup produktowych wzrost ten nie jest stabilny, co wynika z dynamiki rynku i stałego dostosowywania oferowanego przez Spółkę asortymentu do potrzeb klientów. Znaczące zmiany sprzedaży ilościowej w 2004 roku w grupach: oprawy przenośne oraz oprawy biurowe, były wynikiem zwiększania udziału w sprzedaży produktów, które z jednej strony są lepsze gatunkowo, z drugiej zaś charakteryzują się wyższymi cenami.

Przychody ze sprzedaży usług posiadają niewielki udział w przychodach netto ogółem (udział ten w latach 2002-2004 nie przekroczył poziomu 0,61%). W zakres świadczonych przez Lena Lighting S.A. usług wchodzi przede wszystkim wynajem środków trwałych.

5.2 Informacja o eksploatowanych złożach, szacunkowej wielkości zasobów oraz oczekiwanym czasie ich eksploatacji

Działalność Emitenta nie obejmuje związanej z eksploatacją złóż działalności górniczej, wydobycia węglowodorów i górnictwa odkrywkowego.

5.3 Informacje o otoczeniu, w jakim prowadzi działalność Emitent

5.3.1 Rynek sprzętu oświetleniowego

Według szacunków Zarządu wartość globalnego rynku oświetleniowego (źródła światła oraz oprawy oświetleniowe) wynosiła w 2003 roku 21 mld EUR. Struktura geograficzna sprzedaży kształtuje się następująco: Europa około 38%, Ameryka Pn. około 21%, Ameryka Płd. około 7%, natomiast Azja około 31%. Udział produkcji polskiej w globalnym rynku oświetleniowym wynosi około 2%.

Lena Lighting sprzedaje swoje produkty do 32 państw Europy Zachodniej oraz Środkowo-Wschodniej. Szacuje się, iż w tych dwóch regionach wartość rynku sprzętu oświetleniowego wynosi łącznie około 8 mld EUR. Udział Spółki w tym rynku szacowany jest na poziomie 0,2%.

Produkty oferowane przez zachodnioeuropejskich konkurentów Spółki charakteryzują się porównywalną jakością i znacznie wyższą ceną. Producenci z Chin oferują towary o niższej jakości, ale atrakcyjne cenowo. Natomiast producenci opraw oświetleniowych z krajów Europy Środkowo-Wschodniej – przede wszystkim Czech i Słowacji – koncentrują się głównie na rynkach, gdzie o zakupie produktu decyduje jego cena (Rosja, Bałkany, Ameryka Południowa), natomiast normy bezpieczeństwa oraz energooszczędność odgrywają mniejszą rolę. Według szacunków Zarządu Spółki największymi producentami europejskimi sprzętu oświetleniowego są: Włochy (ok. 13%), Niemcy (ok. 11%) oraz Francja (ok. 8%).

Branża oświetleniowa w krajach Europy Zachodniej charakteryzuje się silną koncentracją dostawców. Większa część tego rynku zaopatrywana jest przez kilkunastu największych producentów. I tak, w zależności od grupy asortymentowej, do wiodących firm zaliczyć można: Rohrlux GmbH (oprawy przenośne), Sonlux Licht- und Elektroinstallation GmbH & Co. KG (oprawy przenośne, plafonier techniczne), Lena Lighting (oprawy przenośne), Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. (oprawy przenośne), jak również Thorn Lighting Group (Zumtobel AG Group) (oprawy przemysłowe, plafonier techniczne), OMS s.r.o. (oprawy przemysłowe), Lival (plafonier techniczne) oraz IBV Hungaria LTD. (oprawy przemysłowe).

Utrzymywanie pozycji rynkowej wiąże się z zastosowaniem nowoczesnych technologii produkcji oraz prowadzeniem intensywnej polityki marketingowej, gdzie szczególnie nacisk kładziony jest na uczestnictwo w międzynarodowych wystawach targowych. Podejmowanie wymienionych działań przez producentów, jak również niepełny dostęp do know-how produkcji wysokojakościowych opraw przemysłowych, powoduje koncentrację branży i wzrost udziału potentatów rynkowych.

Wartość rynku sprzętu oświetleniowego wybranych krajów Europy Zachodniej i Środkowo-Wschodniej na koniec 2003 roku w mln EUR

Kraj	Wartość rynku
Niemcy	900
Rosja	785
Francja	660
Czechy	88
Węgry	110
Litwa	32
Szwecja	180
Holandia	210
Finlandia	66
Łotwa	24

Źródło: Szacunki własne Zarządu Spółki

Powyższa tabela przedstawia szacowaną przez Zarząd wartość rynku sprzętu oświetleniowego dla państw, będących największymi odbiorcami wyrobów Lena Lighting. Udział Spółki w poszczególnych rynkach szacowany jest na poziomie: 0,2% udział w rynku niemieckim, ponad 0,1% udział w rynku francuskim, ponad 0,1% udział w rynku rosyjskim oraz około 0,6% udział w rynku czeskim.

Charakterystyka rynku oświetleniowego w Polsce

W Polsce rynek sprzętu oświetleniowego w 2003 roku szacowany był na poziomie około 460 mln USD, co stanowi wzrost w porównaniu do 2002 roku o 13%. Wartość tego rynku, liczona jako suma wielkości produkcji sprzedanej oraz bilans obrotów zagranicznych, systematycznie wzrasta od 2001 roku.

Wartość rynku sprzętu oświetleniowego (wielkość produkcji sprzedanej oraz bilans obrotów zagranicznych) oraz jej dynamika w Polsce w latach 1998-2003 (w mln USD).

Rok	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Wartość rynku (mln USD)	398,7	395,4	381,2	393,5	407,4	459,6
Dynamika % (r/r)	109,80%	99,20%	96,40%	103,20%	103,50%	112,80%

Źródło: Raport branżowy Boss

Produkcja sprzedana w sektorze sprzętu oświetleniowego w Polsce w latach 1998-2003 (w mld zł)

Rok	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Produkcja sprzedana (mld zł)	1,52	1,70	1,94	1,98	2,16	2,41
Dynamika % (r/r)	115,8%	109,7%	112,4%	102,6%	109,1%	111,6%

Źródło: Raport branżowy Boss, GUS

Wartość produkcji sprzedanej sprzętu oświetleniowego od 1998 roku charakteryzował systematyczny wzrost, który w 2003 roku wyniósł 11,6%. W latach 1998-2003 produkcja ta wzrosła o 59%, co potwierdza dynamiczny rozwój branży oświetleniowej na terenie Polski.

Rynek sprzętu oświetleniowego można podzielić na dwa sektory. Pierwszy z nich to źródła światła (w skład tej grupy wchodzi głównie żarówki, halogeny oraz świetlówki), natomiast drugi to oprawy oświetleniowe i lampy. Według danych GUS produkcją sprzętu oświetleniowego zajmuje się w Polsce ok. 1.000 przedsiębiorstw. Są to głównie przedsiębiorstwa małe, z których większość produkuje oprawy oświetleniowe i lampy. Natomiast rynek źródeł światła jest podzielony pomiędzy kilka dużych podmiotów, wśród których dominują marki Philips oraz Osram.

Na koniunkturę na krajowym rynku oświetleniowym decydujący wpływ mają dwa czynniki:

a) rozwój popytu na rynku pierwotnym – koniunktura w budownictwie (nowe budynki wymagają m.in. montażu oświetlenia). W Polsce od 1996 roku łączna kubatura (m^3) budynków oddanych do użytkowania wzrasta. Szczególnie wyraźny przyrost nastąpił w roku 2003, w którym to oddano do użytku o 57% więcej powierzchni niż w roku poprzednim. Według danych Głównego Urzędu Nadzoru Budowlanego w pierwszej połowie 2004 roku liczba oddanych do użytku obiektów budowlanych była o 27% niższa niż w analogicznym okresie roku 2003, jednakże w porównaniu do pierwszej połowy 2002 było to o 23% więcej. Tak wysoki wzrost w 2003 roku to wynik kilku czynników. Po pierwsze, część

inwestorów (w budownictwie indywidualnym, w tym jednorodzinym, stanowiącym prawie połowę wszystkich oddawanych do użytku obiektów budowlanych) zgłosiła wcześniej zasiedlone budynki, nie rejestrowane uprzednio w celu wydłużenia okresu korzystania z ulgi podatkowej. Po drugie, inwestorzy zgłaszali obiekty budowlane, ponieważ obawiali się zmian wprowadzanych nowelizacją Prawa budowlanego (lipiec 2003), m.in. obowiązku poddania się kontroli zgodności wybudowanego obiektu z projektem zatwierdzonym w wydanym pozwoleniu na budowę, oraz kar nakładanych w przypadkach niezgodności.

W przypadku liczby pozwoleń na budowę, w pierwszym półroczu 2004 roku odnotowany został ich silny wzrost. W porównaniu z rokiem 2003 o 28,8% w kategorii budynków jednorodzinnych, o 66,8% w budynkach wielorodzinnych oraz 52,6% w budynkach zamieszkania zbiorowego. Znacząco wzrosła również liczba pozwoleń na budynki użyteczności publicznej – aż o 75%. W pozostałych kategoriach obiektów budowlanych liczba pozwoleń na budynki przemysłowe i magazynowe wzrosła o 14,3%, spadła natomiast o 7% na budynki gospodarcze i inwentarskie.

b) rozwój popytu na rynku wtórnym – głównym czynnikiem jest popyt restytucyjny, wynikający z określonej żywotności sprzętu oświetleniowego oraz indywidualnych decyzji inwestorów przeprowadzających prace remontowe w istniejących obiektach. Według Narodowego Spisu Powszechnego zasoby mieszkaniowe w Polsce cechuje zły stan techniczny. Ponad 30% budynków mieszkalnych pochodzi z lat 1971-1988. Budynki te wymagają renowacji elewacji oraz wnętrza, a w konsekwencji montażu nowych opraw oświetleniowych.

Na rynku dystrybucji obserwowana jest tendencja do tworzenia grup zakupowych przez hurtownie, co pozwala na wynegocjowanie lepszych warunków handlowych, ograniczenie liczby dostawców i spójną politykę handlową i marketingową. Coraz większą rolę zaczynają również odgrywać sieci hurtowni. Szczególnie silna ekspansja obserwowana jest wśród zachodnich sieci dystrybucyjnych. Obecnie ponad połowa rynku hurtowni elektrotechnicznych jest już skonsolidowana, a w planach dużych sieci są kolejne przejęcia. Drugim kanałem dystrybucji jest bezpośrednia obsługa instytucji budowlanych przez producentów sprzętu oświetleniowego z pominięciem hurtowni. Wprawdzie hurtownie walczą o klientów, jednakże indywidualni producenci posiadają znaczną przewagę cenową.

Od 1999 roku w Polsce występuje nadwyżka eksportu sprzętu oświetleniowego nad importem i charakteryzuje się ona tendencją wzrostową. Głównymi dostawcami zagranicznymi do Polski są Niemcy oraz Holandia, następnie Francja, Chiny, Belgia oraz Węgry. Import sprzętu oświetleniowego w 2003 roku wyniósł 254,7 mln USD. W tym samym roku eksport kształtował się na poziomie 415,1 mln USD i był o 63% wyższy od importu. W podziale na sektory udział eksportu źródeł światła stanowi około 60% ogólnej wartości wywozu, natomiast oprawy i osprzęt to 40%. Polska eksportuje swoje produkty z branży oświetleniowej głównie do Holandii oraz Francji, a także do Wielkiej Brytanii, Litwy, Stanów Zjednoczonych oraz Niemiec.

W najbliższych latach przewidywane jest utrzymanie się trendu wzrostowego w budownictwie mieszkaniowym oraz prawdopodobny wzrost nakładów gospodarstw domowych na remonty zasobów mieszkaniowych. Sytuacja taka stwarza korzystne perspektywy dotyczące popytu na sprzęt oświetleniowy przeznaczony do wnętrz mieszkalnych (także garaży, piwnic, klatek schodowych itp.). Ponadto wraz z rozwojem gospodarki i dostępem do funduszy unijnych prognozuje się wzrost nakładów na inwestycje, co z kolei może pozytywnie wpłynąć na rozwój budownictwa. Zakłada się, że stabilny popyt restytucyjny oraz widoczne ożywienie koniunktury w polskiej gospodarce będą miały pozytywny wpływ na wzrost popytu na sprzęt oświetleniowy w nadchodzących latach i stworzą korzystne perspektywy dla rozwoju tego sektora.

Pozycja Spółki na rynku

Udział Spółki w rynku sprzętu oświetleniowego został obliczony na podstawie danych GUS dotyczących produkcji sprzedanej sprzętu oświetleniowego dla rynku polskiego (klasyfikowanej wg PKWiU pod numerami 31.50).

	2003	2002
Produkcja sprzedana ogółem (mln złotych)	2 073	1 879
udział Spółki	2,88%	2,26%

Źródło: GUS, Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Udział Spółki, liczony na podstawie produkcji sprzedanej, kształtował się na poziomie 2,26% w 2002 roku oraz na poziomie 2,88% w 2003 roku. W podziale na poszczególne grupy asortymentowe Spółka jest największym krajowym producentem plafonier technicznych z 51% udziałem w rynku. Drugi ważny produkt oferowany przez Spółkę to oprawy przenośne. W tym segmencie Lena Lighting jest zdecydowanym liderem – 84% udział w rynku. Produkty Spółki cieszą się dużym popytem wśród odbiorców. Wynika to ze zróżnicowanej oferty i wysokiej jakości wyrobów. W przypadku rynku opraw biurowych i opraw ogrodowych Spółka posiada po 9% w rynku każdej z tych grup asortymentowych. W obu grupach Spółka dokonuje inwestycji w technologię i park maszynowy oraz pracuje nad poszerzeniem swojej oferty celem zwiększenia udziału w rynku. Sprzedaż opraw biurowych przez Spółkę charakteryzuje się wysoką dynamiką wzrostu. Lena Lighting osiągnęła 9% udział w tym rynku w ciągu trzech lat. Kolejna grupa asortymentowa to oprawy przemysłowe. Spółka posiada 4% udział w tym segmencie rynku. Ze względu na prognozowany duży potencjał tego segmentu, od 2004 roku Spółka realizuje własną produkcję tego asortymentu oraz poczyniła inwestycje w park maszynowy, technologię.

Konkurencja

Poniżej zostali przedstawieni główni konkurenci Spółki na rynku krajowym w zakresie produkcji sprzętu oświetleniowego w podziale na główne produkty.

Kategoria produktu	Nazwa spółki	Siedziba
Oprawy przemysłowe	Philips Lighting Farel Mazury Sp. z o.o.	Polska
	Trilux-Lenze GmbH + Co KG	Niemcy
	Thorn Lighting Group (Zumtobel AG Group)	Austria
	OMS Ltd.	Słowacja
	Agalight Centrum Sp. z o.o.	Polska
	Modus spol. s r. o	Czechy
	Brilux Spółka Akcyjna	Polska
	Zalux S.A. (grupa Trilux)	Hiszpania
	Sylvania/Concord SLI Lichtsysteme GmbH	Niemcy
	Pilux & Danpex	Grecja
	Legrand Holding SA	Francja
	S.C. Elba S.A.	Rumunia
	Trevos a.s.	Czechy
	Svetovye Technologii	Rosja
	Zakłady Sprzętu Oświetleniowego Elgo	Polska
	Es-system Spółka Akcyjna	Polska
	Światło System Plexiform Jacek Bieniak	Polska
Oprawy biurowe	RZB Rudolf Zimmermann, Bamberg GmbH	Niemcy
	Lival	Finlandia
	IBV Hungaria LTD	Węgry
	Philips Lighting Farel Mazury Sp. z o.o.	Polska
	Modus spol. s r. o.	Czechy
	Denima 2001 Ltd	Bulgaria
	Agalight Centrum Sp. z o.o.	Polska
	Siteco Beleuchtungstechnik GmbH	Niemcy
	S.C. Elba S.A.	Rumunia
	Światło System Plexiform Jacek Bieniak	Polska
	Sylvania/Concord SLI Lichtsysteme GmbH	Niemcy
	Osram GmbH	Niemcy
	Zakłady Sprzętu Oświetleniowego Elgo	Polska
	Brilux Spółka Akcyjna	Polska
	Es-system Spółka Akcyjna	Polska
	OMS s.r.o.	Słowacja
	RZB Rudolf Zimmermann, Bamberg GmbH	Niemcy
Oprawy przenośne	Pilux & Danpex	Grecja
	Zalux S.A. (grupa Trilux)	Hiszpania
	Thorn Lighting Group (Zumtobel AG Group)	Austria
	Hugo Brennenstuhl GmbH & Co	Niemcy
	Rohrlux GmbH	Niemcy
	Gebrüder Schneider GmbH	Niemcy
	JO-EL Electric A/S	Dania
Plafoniere	Sonlux Licht- und Elektroinstallation GmbH & Co. KG	Niemcy
	Legrand Holding SA	Francja
	Zeca S.p.A	Włochy
	Philips Lighting Farel Mazury Sp. z o.o.	Polska
	Brilux Spółka Akcyjna	Polska
	Lival	Finlandia
	Sonlux Licht- und Elektroinstallation GmbH & Co. KG	Niemcy
	Massive Polska Sp. z o.o.	Polska
	Eglo Leuchten GmbH	Austria
	Osmont s.r.o.	Czechy
	Ensto Oy	Finlandia
	Lite-Licht GmbH	Niemcy
	RZB Rudolf Zimmermann, Bamberg GmbH	Niemcy
	Thorn Lighting Group (Zumtobel AG Group)	Austria
	Trilux-Lenze GmbH + Co KG	Niemcy
	Agalight Centrum Sp. z o.o.	Polska
	Pilux & Danpex	Grecja
	OMS s.r.o.	Słowacja
	Legrand Holding SA	Francja
	Światło System Plexiform Jacek Bieniak	Polska

Kategoria produktu	Nazwa spółki	Siedziba
Oprawy ogrodowe	Zakład Produkcji Sprzętu Oświetleniowego „Rosa” – Stanisław Rosa	Polska
	Massive Polska Sp. z o.o.	Polska
	Brilux Spółka Akcyjna	Polska
	Elkamet Kunststofftechnik GmbH	Niemcy
Inne	AS-Schwabe GmbH	Niemcy

Źródło: Emitent

Produkty oferowane przez konkurentów z Europy Zachodniej są znacznie droższe od produktów Lena Lighting, jednocześnie charakteryzują się one porównywalną jakością. Importerzy z Chin oferują produkty o niższej jakości w porównaniu do produktów Lena Lighting, jednakże wyroby te są atrakcyjne cenowo. Natomiast producenci opraw oświetleniowych z krajów Europy Środkowo-Wschodniej – przede wszystkim Czech i Słowacji – koncentrują się głównie na rynkach, gdzie o zakupie produktu decyduje jego cena (Rosja, Balkany, Ameryka Południowa), natomiast normy bezpieczeństwa oraz energooszczędność odgrywają mniejszą rolę.

Branża oświetleniowa na terenie Europy Zachodniej charakteryzuje się silną koncentracją dostawców. Większa część tego rynku zaopatrywana jest przy udziale kilku największych producentów. W zależności od grupy asortymentowej, do grupy najważniejszych dostawców można zaliczyć: Rohrlux, Sonlux, Brennenstuhl, Thorn, MOS, Lival oraz IBV.

Rynek Europy Środkowo-Wschodniej jest silnie rozdrobniony. Występują tu zarówno konkurenci miejscowi, jak i liczni konkurenci globalni. Ze względu na taną produkcję miejscową i import tanich produktów chińskich i tureckich na rynku tym występuje silna konkurencja cenowa. Jednak produkty oferowane przez tych producentów są niższej jakości niż wyroby producentów Europy Zachodniej czy Lena Lighting. Spółka jest zdecydowanym liderem na rynku profesjonalnych opraw przenośnych.

Poniżej została przedstawiona charakterystyka głównych konkurentów Spółki na rynku Europy Zachodniej oraz Środkowo-Wschodniej w zakresie sprzętu oświetleniowego:

- Sonlux Licht- und Elektroinstallation GmbH & Co. KG (Niemcy) – znaczący producent w segmencie plafonier technicznych oraz profesjonalnych opraw przenośnych. Sprzedaż tej spółki to około 40% eksportu, natomiast głównymi odbiorcami są ogólnobudowlane sklepy wielkopowierzchniowe. Sonlux stanowi konkurencję dla Lena Lighting zarówno w zakresie plafonier technicznych, jak i przenośnych opraw oświetleniowych;

- Rohrlux GmbH (Niemcy) – jeden z głównych producentów przenośnych opraw oświetleniowych przeznaczonych dla warsztatów samochodowych oraz specjalistycznych opraw oświetleniowych stosowanych w przemyśle ciężkim, stoczniowym oraz wydobywczym;

- RZB Rudolf Zimmermann, Bamberg GmbH (Niemcy) – producent szerokiej gamy opraw oświetleniowych z zakresu opraw przemysłowych, biurowych, przenośnych, jak również plafonier technicznych. Produkty tej spółki charakteryzują się bardzo dobrą jakością i odznaczają estetyką, jednocześnie jej atutem jest rozpoznawalna marka. RZB Leuchten stanowi konkurencję dla Lena Lighting przede wszystkim w grupie plafonier technicznych i lamp przenośnych;

- Pilux & Danpex (Grecja) – producent opraw przemysłowych, biurowych oraz plafonier technicznych. Spółka eksportuje swoje produkty do ponad 50 państw, jednakże jej marka najbardziej rozpowszechniona jest na terenie Europy Południowej oraz państwach basenu Morza Śródziemnego. Pilux & Danpex posiada pozycję lidera wśród produktów z grupy świetłkowych opraw biurowych i przemysłowych, dzięki nowatorskim rozwiązaniom technologicznym oraz konkurencyjnym cenom;

- Massive Polska Sp. z o.o. (Polska) – produkcja opraw mieszkaniowych, plafonier technicznych oraz opraw ogrodowych. Spółka dystrybuuje swoje produkty głównie przez wielkopowierzchniowe sklepy oferujące wyposażenie wnętrz, gdzie stanowi główną konkurencję dla Lena Lighting;

- Brilux S.A. (Polska) – spółka bazuje na imporcie produktów i podzespołów z Chin. Oferta Brilux S.A. to szerokie spektrum asortymentowe opraw oświetleniowych przemysłowych, ogrodowych, biurowych, mieszkaniowych, plafonier technicznych oraz artykułów elektrotechnicznych. Brilux stanowi konkurencję dla Lena Lighting na rynku polskim i Europy Środkowo-Wschodniej przede wszystkim w asortymencie opraw przemysłowych, biurowych i ogrodowych;

- OMS s.r.o. (Słowacja) – producent opraw oświetleniowych: biurowych, przemysłowych, ulicznych oraz plafonier technicznych. Spółka ta eksportuje 98% swoich wyrobów. Spółka ze względu na swoją szeroką ofertę i konkurencyjne ceny stanowi konkurencję dla Lena Lighting w grupie opraw biurowych oraz przemysłowych;

- Elkamet Kunststofftechnik GmbH (Niemcy) – produkuje profile ekstrudowane do przemysłu samochodowego i aplikacje wykończeniowe do aut, zajmuje się produkcją zleconą na profile do lamp i dla branży elektrotechnicznej, produkuje lampy ogrodowe z odpornego na uderzenia i promienie UV plastiku oraz zbiorniki dla przemysłu samochodowego. Grupą produktową stanowiącą bezpośrednią konkurencję dla Emitenta są lampy ogrodowe, kierowane na rynek Europy Środkowo-Wschodniej a przede wszystkim Rosji;

- Zalux S.A. (grupa Trilux) (Hiszpania) – producent wysokiej jakości opraw biurowych i przemysłowych, oświetlenia dekoracyjnego oraz sprzętu medycznego. Swoim szerokim asortymentem opraw przemysłowych i biurowych konkuruje z Lena Lighting;

- Lival (Finlandia) – producent opraw przemysłowych, mieszkaniowych oraz plafonier technicznych. 90% swoich wyrobów spółka eksportuje, natomiast kanałami sprzedaży są głównie sieci hurtowni elektroinstalacyjnych, ogólnobudowlane sklepy wielkopowierzchniowe, sklepy z wyposażeniem wnętrz, jak również bezpośrednio obsługuje duże projekty budowlane. Firma Lival posiada dobrze rozbudowaną sieć dystrybucji na poszczególnych rynkach, a jej produkty posiadają wysoką renomę na rynku europejskim, jak również poza Europą. W Europie Północnej i Środkowej jest to jeden z głównych konkurentów Emitenta w grupie plafonier technicznych;

- Legrand Holding SA (Francja) – lider na światowym rynku instalacji elektrycznych. Asortyment stanowią urządzenia do dystrybucji energii oraz zabezpieczenia instalacji elektrycznych w budownictwie mieszkaniowym, ogólnym i przemysłowym. Poza tym Legrand jest producentem opraw przenośnych oraz plafonier technicznych i w tym segmencie bezpośrednio konkuruje z ofertą Lena Lighting;

- Zeca S.p.A (Włochy) – producent profesjonalnych przedłużaczy do lamp przenośnych, przedłużaczy przemysłowych i szeroko rozumianych narzędzi warsztatowych – w tym opraw oświetleniowych będących bezpośrednią konkurencją lamp przenośnych typu „professional” w ofercie Emitenta. Produkty marki Zeca charakteryzuje wysoka jakość oraz atrakcyjna cena, ponadto firma posiada dobrze zorganizowaną dystrybucję, a jej produkty istnieją na rynku od wielu lat;

- Sylvia/Concord SLI Lichtsysteme GmbH (Niemcy) – zajmuje się produkcją i dystrybucją sprzętu oświetleniowego na terenie całego świata. SLI posiada centrale w: Belgii, Francji, Niemczech, Holandii oraz w Wielkiej Brytanii, dostarczając towary do importerów, hurtowni, instalatorów, a także obsługuje inwestycje budowlane poprzez ścisłą współpracę z architektami. Firma konkuruje z produktami Spółki głównie w grupie opraw przemysłowych oraz biurowych;

- Agalight Centrum Sp. z o.o. (Polska) – specjalizuje się w produkcji opraw kasetonowych z blachy tłoczonej (opraw biurowych) i w tym segmencie rynku jest jednym z wiodących producentów na terenie Polski. Oprócz tej grupy opraw oferta Agalight Centrum konkuruje z ofertą Spółki w grupie opraw przemysłowych oraz plafonier technicznych. Firma Agalight specjalizuje się w bezpośredniej obsłudze inwestycji budowlanych oraz dystrybucji produktów na rynku hurtowni elektrotechnicznych;

- Światło System Plexiform Jacek Bieniak (Polska) – konkuruje z Lena Lighting w grupach produktów: oprawach przemysłowych, oprawach biurowych oraz plafonier technicznych głównie na rynku polskim, w kanale hurtowni elektrotechnicznych. Plexiform jest także na zasadach wyłączności przedstawicielem zagranicznych firm oświetleniowych (Ivela, Egoluce, Casarano, Castaldi, Menvier-Cooper);

- Zakład Sprzętu Oświetleniowego Elgo (Polska) – spółka państwowa, której oferta obejmuje gamę opraw ulicznych, przemysłowych oraz biurowych. Poza dostawą sprzętu zakłady Elgo oferują także doradztwo techniczne oraz usługi związane z projektowaniem oświetlenia. Firma konkuruje ze Spółką głównie na rynku polskich hurtowni elektrotechnicznych w grupie opraw biurowych i przemysłowych;

- Philips Lighting Poland S.A. (Polska) – koncern Philips Lighting to światowy lider na rynku oświetleniowym, natomiast spółka Philips Lighting Poland jest największym producentem wyrobów oświetleniowych na terenie Polski. Bezpośrednim konkurentem dla Lena Lighting S.A. jest wchodząca w skład grupy Philips spółka Philips Lighting Farel Mazury Sp. z o.o., która jest liderem rynku w zakresie sprzedaży opraw świetłowodowych hermetycznych (grupa opraw przemysłowych), opraw kasetonowych (grupa opraw biurowych), belek świetłowodowych otwartych (oprawy przemysłowe). Silna pozycja Philips Lighting Farel Mazury Sp. z o.o. na rynku sprzętu oświetleniowego wynika z długiej obecności na tym rynku, wysokiej jakości produktów i dużego zaufania klientów do marki.

5.4 Główne rynki zbytu

Szczegółowe dane dotyczące struktury sprzedaży prezentuje poniższa tabela:

Przychody ze sprzedaży	31.03.2005		2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Wyroby własne	14 664	69,77%	64 170	84,03%	47 026	78,71%	31 340	73,82%
Kraj	5 763	27,42%	24 200	31,69%	15 236	25,50%	10 818	25,48%
Zagranica	8 901	42,35%	39 970	52,34%	31 790	53,21%	20 522	48,34%
Towary	6 127	29,15%	11 732	15,36%	12 510	20,94%	10 975	25,85%
Kraj	6 007	28,58%	11 732	15,36%	12 510	20,94%	10 975	25,85%
Zagranica	120	0,57%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Usługi	226	1,08%	461	0,61%	212	0,35%	138	0,33%
Kraj	226	1,08%	461	0,61%	212	0,35%	138	0,33%
Zagranica	0,00	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Przychody netto ze sprzedaży	21 017	100,00%	76 363	100,00%	59 748	100,00%	42 453	100,00%

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Rynek zagraniczny jest głównym rynkiem zbytu Spółki. Na koniec 2004 roku udział przychodów ze sprzedaży zagranicznej kształtował się na poziomie 52,3% w przychodach netto ogółem. Spółka sprzedaje za granicę 67,6% wyrobów własnych. Sprzedaż na rynek krajowy stanowi około 47,7% przychodów netto ze sprzedaży ogółem, przy czym na rynek krajowy kierowana jest całość towarów i usług oraz 37,7% wyrobów własnych. Wysoki udział przychodów ze sprzedaży zagranicznej w przychodach netto ze sprzedaży ogółem wynika z prowadzonej przez Spółkę

polityki zdobywania nowych rynków zagranicznych i zwiększania udziału w rynkach, na których Spółka już istnieje. W pierwszym kwartale 2005 roku przychody ze sprzedaży zagranicznej stanowiły 43% ogółu przychodów ze sprzedaży netto.

Szczegółowe dane dotyczące geograficznej struktury sprzedaży prezentuje poniższa tabela:

Przychody ze sprzedaży	31.03.2005		2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Wyroby własne	14 664	69,77%	64 170	84,03%	47 026	78,71%	31 340	73,82%
Polska	5 763	27,42%	24 200	31,69%	15 236	25,50%	10 818	25,48%
Europa Zachodnia	5 385	25,62%	24 443	32,01%	20 048	33,56%	11 837	27,88%
Europa Środkowo-Wschodnia	3 516	16,73%	15 527	20,33%	11 742	19,65%	8 685	20,46%
Towary	6 127	29,15%	11 732	15,36%	12 510	20,94%	10 975	25,85%
Polska	6 007	28,58%	11 732	15,36%	12 510	20,94%	10 975	25,85%
Europa Zachodnia	-	-	-	-	-	-	-	-
Europa Środkowo-Wschodnia	120	0,57%	-	-	-	-	-	-
Usługi	226	1,08%	461	0,61%	212	0,35%	138	0,33%
Polska	226	1,08%	461	0,61%	212	0,35%	138	0,33%
Razem	21 017	100,00%	76 363	100,00%	59 748	100,00%	42 453	100,00%

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Spółka Lena Lighting SA prowadzi sprzedaż swoich produktów do 32 krajów Europy Zachodniej i Środkowo-Wschodniej. Największą część sprzedaży zagranicznej kierowana jest do Niemiec (21% przychodów netto ze sprzedaży na rynki zagraniczne), Francji (12,8%), Rosji (12%), Czech (8,4%). Średniorocznie Spółka obsługuje około 350 klientów za granicą oraz 950 klientów na terenie Polski. Eksport do państw Europy Środkowo-Wschodniej przynosi Spółce ponad 38,8% ogółu przychodów ze sprzedaży zagranicznej. We wszystkich krajach z tej części Europy największy udział w przychodach ze sprzedaży stanowi grupa opraw o najniższej cenie jednostkowej, stosowanych na konwencjonalne źródła światła. Tak duży udział w koszyku asortymentowym powyższej grupy wynika przede wszystkim z popularności użytkowej tych opraw oraz mniejszego PKB na obywatela aniżeli w zamożnych krajach UE. Najważniejszą determinantą zakupu w krajach Europy Środkowo-Wschodniej jest cena produktu. W takich państwach jak Rosja czy też Ukraina energooszczędność nie ma zbyt wielkiego znaczenia ze względu na bardzo niską cenę energii. Natomiast w krajach takich jak Litwa, Łotwa, Estonia, Czechy czy też Słowenia świadomość, iż produkty o wyższej cenie charakteryzują się niższymi kosztami eksploatacji wzrasta, co z kolei powoduje wzrost zainteresowania produktami z tzw. wyższej półki. Przychody netto ze sprzedaży wyrobów własnych do krajów Europy Zachodniej stanowią około 61,2% ogółu przychodów ze sprzedaży zagranicznej. Na rynku tym szczególnym zainteresowaniem cieszą się profesjonalne oprawy przenośne, które charakteryzują się wysoką jakością, trwałością, licznymi walorami użytkowymi (np. energooszczędność, odporność na uderzenia) oraz wysoką ceną.

Szczegółowe dane dotyczące sprzedaży wyrobów własnych prezentuje poniższa tabela:

Sprzedaż	31.03.2005		2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Kraj	5 763	39,30%	24 200	37,71%	15 236	32,40%	10 818	34,52%
Plafoniere techniczne	2 295	15,65%	8 638	13,46%	7 049	14,99%	5 369	17,13%
Oprawy przenośne	835	5,69%	2 597	4,05%	2 161	4,59%	1 867	5,96%
Oprawy biurowe	1 560	10,64%	4 542	7,08%	1 574	3,35%	39	0,13%
Oprawy przemysłowe	819	5,58%	1 752	2,73%	0,8	0,00%	0	0,00%
Oprawy ogrodowe	178	1,22%	1 107	1,72%	862	1,84%	323	1,03%
Pozostałe	76	0,52%	5 564	8,67%	3 589	7,63%	3 220	10,27%
Zagranica	8 901	60,70%	39 970	62,29%	31 790	67,60%	20 522	65,48%
Plafoniere techniczne	3 004	20,49%	17 919	27,93%	16 309	34,68%	11 617	37,07%
Oprawy przenośne	4 622	31,52%	16 536	25,77%	13 421	28,54%	7 578	24,18%
Oprawy biurowe	711	4,85%	2 164	3,37%	588	1,25%	89	0,28%
Oprawy przemysłowe	387	2,64%	1 960	3,05%	4	0,01%	31	0,10%
Oprawy ogrodowe	46	0,31%	1 044	1,63%	755	1,60%	683	2,18%
Pozostałe	131	0,89%	347	0,54%	713	1,52%	524	1,67%
Przychody netto ze sprzedaży wyrobów własnych	14 664	100,00%	64 170	100,00%	47 026	100,00%	31 340	100,00%
Dynamika	-	-	1,36	-	1,50	-	-	-

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

W przychodach netto ze sprzedaży dominuje sprzedaż wyrobów własnych (ponad 84% przychodów netto ze sprzedaży na koniec 2004), w ramach wyrobów własnych największy udział mają plafonierzy techniczne (ponad 41,3% przychodów ze sprzedaży wyrobów własnych na koniec 2004) i jest to najważniejszy produkt spółki zarówno dla sprzedaży krajowej, jak i sprzedaży zagranicznej.

Szczegółowe dane dotyczące sprzedaży towarów prezentuje poniższa tabela:

Przychody ze sprzedaży	31.03.2004		2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Towary	6 127	100,00%	11 732	100,00%	12 510	100,00%	10 975	100,00%
Kraj	6 007	98,04%	11 732	100,0%	12 510	100,00%	10 975	100,00%
Plafonierzy techniczne	130	2,12%	1 795	15,30%	1 445	11,55%	1 425	12,98%
Oprawy przenośne	76	1,24%	11	0,09%	6	0,05%	0,6	0,01%
Oprawy biurowe	367	5,99%	2 575	21,95%	3 295	26,34%	2 915	26,56%
Oprawy przemysłowe	76	1,24%	3 159	26,93%	3 334	26,65%	2 873	26,18%
Oprawy ogrodowe	60	0,98%	142	1,21%	79	0,63%	89	0,81%
Pozostałe	5 298	86,47%	4 050	34,52%	4 351	34,78%	3 672	33,46%
Zagranica	120	1,96%	-	-	-	-	-	-
Plafonierzy techniczne	-	-	-	-	-	-	-	-
Oprawy przenośne	-	-	-	-	-	-	-	-
Oprawy biurowe	-	-	-	-	-	-	-	-
Oprawy przemysłowe	-	-	-	-	-	-	-	-
Oprawy ogrodowe	-	-	-	-	-	-	-	-
Pozostałe	120	1,96%	-	-	-	-	-	-

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Przychody ze sprzedaży towarów pochodzą wyłącznie ze sprzedaży krajowej. Główną grupą przychodową w grupie towarów są oprawy przemysłowe, które stanowią 26,9% przychodów netto ze sprzedaży towarów ogółem oraz oprawy biurowe stanowiące 21,9%. Towary wchodzące w skład tych dwóch grup były importowane przez Spółkę, ponieważ nie prowadziła ona ich produkcji. W 2003 roku Spółka rozpoczęła produkcję wyrobów z grupy opraw biurowych, natomiast w 2004 roku Lena Lighting rozpoczęła produkcję części asortymentu wchodzącego w skład grupy opraw przemysłowych. Produkty te klasyfikowane już jako wyroby własne były sprzedawane zarówno na rynek krajowy, jak i zagraniczny.

Zagranicznymi odbiorcami oferty produktowej Spółki są przede wszystkim duże firmy zaopatrujące sieci ogólnobudowlanych sklepów wielkopowierzchniowych oraz firmy dostarczające towary do hurtowni oraz przemysłu w 32 krajach świata. W Polsce odbiorcami jest około 90% podmiotów obecnych na rynku hurtowym elektrotechnicznym oraz wszystkie liczące się sieci ogólnobudowlanych sklepów wielkopowierzchniowych. Wśród najważniejszych polskich odbiorców znajdują się m.in. Castorama Polska Sp. z o.o., Grupa Dystrybucyjna Inter-Elektro Warszawa, El-Plus Sp. z o.o. Chorzów, Praktiker Polska Sp. z o.o. Warszawa, Leroy Merlin Polska Sp. z o.o. Piaseczno, Grupa Rondo Sp. z o.o. Jabłonna Lacka, Alfa-Elektro Sp. z o.o. Katowice. Najważniejsi odbiorcy w Europie Zachodniej: Prof. Praxis (Belgia), Comptoir Electrique Francais (Francja), Clavis Tool GmbH (Niemcy), Inter-Union Technohandel (Niemcy), Heinrich Kopp GmbH (Niemcy), natomiast w Europie Środkowo-Wschodniej: Elektrokraft (Rosja), OOO „Elektrosvetotekhnika” (Ukraina), Panlux (Czechy), Uab Senuku Prekybos Centras (Litwa). Dostawy swoich produktów do dużej ilości odbiorców (około 1300 klientów) świadczą o dobrej jakości i urozmaiceniu oferty produktowej Spółki. Bezpieczeństwo utrzymywania sprzedaży na wysokim poziomie wprowadzane jest przez geograficzną dywersyfikację odbiorców.

5.5 Sezonowość produkcji i rynków zbytu oraz zmiana struktury wartości zapasów

5.5.1 Sezonowość sprzedaży

W okresie 2002-2003 roku sprzedaż Spółki charakteryzowała się wzrostem sprzedaży w IV kwartale. Wzrosty sprzedaży właśnie w tym kwartale są specyficzne dla branży sprzętu oświetleniowego, co jest wynikiem oddawania do końca roku inwestycji budowlanych i koniecznością ich wykończenia. Jednakże w ciągu ostatnich trzech lat Lena Lighting prowadziła działania, które miały na celu wyrównanie wartości sprzedaży w poszczególnych kwartałach. Spółce udało się przyspieszyć występowanie wzrostu sprzedaży w IV na III kwartał odpowiednimi promocjami. Ponadto Spółka uzupełniła oferowany asortyment o nowe grupy produktowe (m.in. oprawy ogrodowe), których szczyt sprzedaży przypada na pozostałe kwartały.

Tabela poniżej przedstawia kwartalną wartość sprzedaży [w tys. zł]

Lata / kwartały (stan na koniec)	I kw.	II kw.	III kw.	IV kw.
2005	21 017	-	-	-
2004	17 042	16 180	19 338	23 803
2003	12 664	11 461	15 332	20 291
2002	9 662	9 196	10 653	12 942

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

5.5.2 Zmiana struktury wartości zapasów

W latach 2002-2004 nie występowała sezonowość w kształtowaniu się stanu zapasów na koniec poszczególnych kwartałów. W okresie tym wartość zapasów systematycznie wzrastała, co jest wynikiem wzrostu sprzedaży oraz rozwoju asortymentu produkcji, a także zabezpieczeniem towaru do produkcji dla planowanych akcji sprzedażowych. Wartość zapasów ogółem nie wykazuje sezonowości, ponieważ każdy kwartał charakteryzuje się zapotrzebowaniem na inne gamy produktowe. W kwartale I i IV produkuje się w większej ilości lampy przenośne i stałe, natomiast w II i III kwartale są to oprawy ogrodowe oraz przedłużacze. W swojej polityce zakupowej Lena Lighting stara się realizować dostawy i zakupy w systemie „just in time”, co daje efekt w postaci obniżenia kosztów magazynowania i ogranicza czas przechowywania zapasów.

W poniższej tabeli przedstawiono szczegółowo kształtowanie się struktury i wartości zapasów Spółki na przestrzeni ostatnich trzech lat w tys. złotych.

lata / kwartały (stan na koniec)	I kw.	II kw.	III kw.	IV kw.
2005, w tym:	11 879	-	-	-
Materiały	7 397	-	-	-
Półprodukty i produkty w toku	0	-	-	-
Produkty gotowe	1 938	-	-	-
Towary	1 811	-	-	-
Zaliczki na poczet dostaw	733	-	-	-
2004, w tym:	9 625	11 470	11 097	12 655
Materiały	5 332	5 958	6 305	7 109
Półprodukty i produkty w toku	0	0	0	0
Produkty gotowe	2 015	2 756	2 424	1 670
Towary	1 533	1 549	1 845	3 445
Zaliczki na poczet dostaw	745	1 207	523	431
2003, w tym:	6 235	6 877	6 975	9 481
Materiały	2 911	2 963	3 348	4 973
Półprodukty i produkty w toku	0	0	0	0
Produkty gotowe	1 910	2 225	1 808	2 195
Towary	1 105	1 405	1 464	1 811
Zaliczki na poczet dostaw	309	284	355	502
2002, w tym	3 944	4 034	4 878	5 770
Materiały	1 993	1 863	2 253	2 711
Półprodukty i produkty w toku	0	0	0	0
Produkty gotowe	1 099	1 051	1 257	1 434
Towary	762	879	1 028	1 208
Zaliczki na poczet dostaw	90	241	340	417

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Wzrost materiałów i produktów gotowych w IV kwartale 2003 roku był spowodowany uruchomieniem nowej linii produkcyjnej. Produkowany tutaj asortyment charakteryzuje się wysokim kosztem materiałowym. Drugą przyczyną tego wzrostu to wzrost cen surowców na rynkach krajowym i zagranicznych.

W ostatnim kwartale 2004 roku odnotowany został znaczny wzrost wartości zapasów. Było to wynikiem zakupu nieruchomości, celem jej dalszej odsprzedaży i w związku z jej przeznaczeniem zaliczeniem jej do kategorii zapasów.

5.6 Wartość sprzedaży w okresie ostatnich trzech lat i na koniec 31.03.2005 roku

Wartość sprzedaży Spółki z podziałem na rodzaje działalności gospodarczej i strukturę geograficzną rynków zbytu prezentuje poniższa tabela:

Przychody ze sprzedaży	31.03.2005		2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Wyroby własne	14 664	69,77%	64 170	84,03%	47 026	78,71%	31 340	73,82%
Kraj	5 763	27,42%	24 200	31,69%	15 236	25,50%	10 818	25,48%
Zagranica	8 901	42,35%	39 970	52,34%	31 790	53,21%	20 522	48,34%

Przychody ze sprzedaży	31.03.2005		2004		2003		2002	
Towary	6 127	29,15%	11 732	15,36%	12 510	20,94%	10 975	25,85%
Kraj	6 007	28,58%	11 732	15,36%	12 510	20,94%	10 975	25,85%
Zagranica	120	0,57%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Usługi	226	1,08%	461	0,61%	212	0,35%	138	0,33%
Kraj	226	1,08%	461	0,61%	212	0,35%	138	0,33%
Zagranica	0,00	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Przychody netto ze sprzedaży	21 017	100,00%	76 363	100,00%	59 748	100,00%	42 453	100,00%

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Sprzedaż Spółki cechuje od 2002 roku systematyczny wzrost. Na koniec 2004 roku przychody netto ze sprzedaży osiągnęły poziom 76,4 mln zł i były wyższe od przychodów z roku poprzedniego o 28%. Sprzedaż wyrobów własnych Spółki stanowi główną część przychodów netto ze sprzedaży (84,%). Spółka w swojej ofercie posiada również towary, które stanowią uzupełnienie oferty Lena Lighting. Towary posiadają duży udział w przychodach ze sprzedaży netto, ponieważ grupa ta obejmuje również nowe produkty wprowadzane do oferty Spółki. Inwestycje w park maszynowy i związane z tym przeniesienie części produkcji do Spółki powoduje, iż udział towarów w przychodach ze sprzedaży netto systematycznie zmniejsza się.

Przychody netto ze sprzedaży ogółem w dużej części pochodzą ze sprzedaży zagranicznej. Na koniec 2004 roku przychód ten stanowił 52% ogółu przychodów. Taka struktura sprzedaży wynika z przyjętej przez Spółkę strategii rozwoju, polegającej na wprowadzaniu dywersyfikacji rynków zbytu oraz klientów. Docelowo Spółka zamierza zwiększyć udział sprzedaży eksportowej w przychodach ze sprzedaży ogółem. Cel ten będzie osiągnięty poprzez ekspansję na rynki nowe i o dużym potencjale.

5.7 Źródła zaopatrzenia w materiały do produkcji, towary i usługi

Strukturę zaopatrzenia Spółki prezentuje poniższa tabela:

Dostawcy	31.03.2005		2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Materiałów	10 110	87,26%	32 832	79,66%	30 453	77,13%	15 388	67,04%
Towarów	1 476	12,74%	8 382	20,34%	9 032	22,87%	7 567	32,96%
Usług	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Łącznie	11 586	100%	41 214	100%	39 485	100,00%	22 955	100,00%

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Spółka zaopatruje się głównie w materiały, których udział w strukturze zaopatrzenia systematycznie wzrasta i na koniec 2004 roku wyniósł 79,7%. Jest to wynikiem polityki Spółki, która polega na zwiększaniu produkcji własnej. Jednocześnie wartość towarów ulegała w badanym okresie niewielkiemu, ale systematycznemu obniżeniu. Spółka nie korzysta z usług.

Strukturę geograficzną źródeł zaopatrzenia prezentuje poniższa tabela:

	31.03.2005		2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Dostawcy zagraniczni	3 746	32,33%	13 633	33,08%	12 573	31,84%	7 626	33,22%
Dostawcy krajowi	7 840	67,67%	27 581	66,92%	26 912	68,16%	15 329	66,78%

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Dominującą kategorią dostawców są dostawcy krajowi, którzy w latach 2002-2004 dostarczali od 66,8% do 68,2% materiałów i towarów. Jednakże dostawcy zagraniczni posiadają stosunkowo wysoki udział w dostawach, co jest wynikiem przede wszystkim niedostępności niektórych materiałów i towarów na rynku krajowym. Spółka również decyduje się na zagraniczne źródło dostaw, ponieważ oferta ta niejednokrotnie w większym stopniu spełnia oczekiwania Spółki, szczególnie jeśli chodzi o aspekt jakościowy. Ponadto współpraca z zagranicznymi dostawcami w wielu przypadkach charakteryzują się: elastycznością w negocjacjach, krótkimi terminami realizacji, terminowością dostaw oraz ich wysoką elastycznością i płynną komunikacją z dostawcą. W strukturze dostaw dominuje udział materiałów z uwagi na produkcyjny charakter działalności Spółki.

Zestawienie najważniejszych dostawców materiałów, towarów i usług i ich udziału w poszczególnych latach w kosztach ogółem prezentuje poniższa tabela:

Dostawca			31.03.2005	2004	2003	2002
Nazwa spółki	Asortyment	Kraj	(%)	(%)	(%)	(%)
Materiały:						
Vossloh Schwabe GmbH	Stateczniki	Niemcy	0,00%	7,5%	5,33%	2,73%
Kontrahent 11	Klosze szklane	Polska	2,84%	6,43%	6,93%	13,26%
Kontrahent 12	Klosze szklane	Polska	3,69%	5,12%	5,52%	0,00%
Philips Lighting Poland S.A.	Źródła światła	Polska	3,74%	4,59%	4,95%	1,48%
Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A.Pawlak	Oprawy z tworzyw sztucznych	Polska	11,08%	16,40%	17,68%	19,01%
Kontrahent 13	Przewody	Niemcy	0,00%	0,23%	1,12%	5,82%
Almeco SpA	Blacha aluminiowa	Włochy	0,00%	4,44%	2,79%	0,00%
Kontrahent 14	Blacha	Polska	2,96%	3,39%	3,66%	0,00%
Towary						
Kontrahent 15	Oprawy oświetleniowe	Polska	8,36%	7,16%	6,22%	7,90%
Kontrahent 16	Przedłużacze	Chiny	0,00%	12,97%	11,7%	8,61%
OMS s.r.o.	Oprawy oświetleniowe	Słowacja	0,00%	6,14%	19,01%	23,44%

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

5.8 Uzależnienie od odbiorców i dostawców

Lena Lighting obsługuje rocznie około 1.300 odbiorców, w tym 350 klientów zagranicznych i 950 klientów w polskich. Żaden z odbiorców nie posiada powyżej 10% udziałów w wartości sprzedaży Spółki. Duża dywersyfikacja odbiorców (również geograficzna) pozwala spółce na ograniczenie ryzyka związanego z uzależnieniem od jednego odbiorcy i zapewnia bezpieczeństwo utrzymania sprzedaży na wysokim poziomie. Zagranicznymi odbiorcami oferty produktowej Spółki są przede wszystkim duże firmy zaopatrujące sieci ogólnobudowlanych sklepów wielkopowierzchniowych oraz firmy dostarczające towary do hurtowni oraz przemysłu w 32 krajach świata. W Polsce natomiast odbiorcami jest około 90% podmiotów obecnych na rynku hurtowym elektrotechnicznym oraz wszystkie liczące się sieci ogólnobudowlanych sklepów wielkopowierzchniowych.

Poniższa tabela prezentuje dostawców Spółki, których udział w kosztach zakupów w grupach: materiałów do produkcji i towary ogółem wynosi co najmniej 10% lub zachodzą inne okoliczności stwarzające możliwość uzależnienia:

31.03.2005		2004		2003		2002	
Dostawca	Udział	Dostawca	Udział	Dostawca	Udział	Dostawca	Udział
Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A.Pawlak	9,67%	Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A.Pawlak	13,16%	Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A.Pawlak	13,73%	Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A.Pawlak	12,99%

Źródło: Emitent. Na podstawie sporządzonych dla Emitenta danych finansowych pro forma oraz sprawozdania za I kwartał 2005, zamieszczonych w Rozdziale IX.

Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A.Pawlak jest jedynym dostawcą, którego udział w kosztach zakupów materiałów do produkcji i towarów ogółem wynosi powyżej 10%. Jednakże dostawca ten wykonuje części dostarczane do Spółki Lena Lighting na formach i częściowo na maszynach należących do Lena Lighting S.A. Oznacza to, że Spółka nie jest od niego uzależniona.

Spółka Lena Lighting S.A. wybiera swoich dostawców na podstawie analizy możliwości dostaw w danym roku kalendarzowym, jakości oferowanych produktów, ich ceny oraz warunków dostaw. Każdy dostawca jest informowany o swojej konkurencji w dostawach do firmy i świadomy możliwości dostaw równoległych zabezpieczających interesy spółki Lena Lighting. W sytuacji zagrożenia dostawy materiału Spółka posiada alternatywnego dostawcę, który charakteryzuje się wyższą ceną, ale jest w stanie zabezpieczyć wahaniami w produkcji. Oferty dostaw i usług są jednocześnie zawierane na dany rok kalendarzowy, co daje możliwość zmiany dostawcy bez konsekwencji finansowych dla zamawiającego.

5.9 Opis znaczących umów, w tym umów ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji zawartych przez Emitenta

Emitent jest stroną umów znaczących, których opis znajduje się poniżej. Jako kryterium przyjęto 10% łącznej wartości kapitałów własnych Emitenta.

1) Umowa ramowa długoterminowej współpracy gospodarczej z dnia 15 kwietnia 2003 roku zawarta z Odbiorcą A

Przedmiotem umowy jest określenie ogólnych ram i zasad współpracy pomiędzy stronami, w szczególności dotyczących sprzedaży Odbiorcy A wyrobów znajdujących się w ofercie Emitenta, prowadzenia akcji marketingowych i promocyjnych oraz udzielania premii pieniężnych.

Towary dostarczone przez Emitenta muszą obowiązkowo posiadać kod kreskowy zgodny z kodem kreskowym EAN 13. W razie niezamieszczenia na towarach kodów kreskowych, zamieszczenia niewłaściwych kodów kreskowych lub dostarczenia w ramach jednej dostawy tego samego rodzaju towarów posiadających różne kody kreskowe oraz w przypadku niezamieszczenia innych kodów kreskowych na opakowaniach zbiorczych niż na poszczególnych produktach, Odbiorca A może odmówić przyjęcia dostawy lub zażądać od Emitenta zapłaty kary umownej w wysokości 1.000 PLN za każdy rodzaj produktu, którego dotyczy uchybienie.

Ustalenie wysokości cen towarów zostanie dokonane w drodze negocjacji obu stron przed złożeniem przez Odbiorcę A pierwszego zamówienia. W wyniku negocjacji Emitent przyzna Odbiorcy A rabaty od podstawowego cennika stosowanego przez Emitenta.

Sprzedaż towarów będzie się odbywała w wyniku realizacji przez Emitenta zamówień składanych przez Odbiorcę A.

Z tytułu zrealizowania określonego poziomu zakupów w danym okresie rozliczeniowym Emitent przyzna Odbiorcy A premię pieniężną. Szczegółowe uregulowania na temat premii określa odrębna umowa. Za obrót powyżej:

- 100.000 PLN – kwota stała premii w wysokości 2.500 PLN + 250 PLN za każde 10.000 PLN ponad 10.000 PLN,
- 4.000.000 PLN – kwota stała premii w wysokości 120.000 PLN + 300 PLN za każde 10.000 PLN ponad 4.000.000 PLN.

Jeśli Emitent odmówi realizacji zamówienia bez poinformowania o tym Odbiorcy A, wówczas Odbiorca A ma prawo obciążyć Emitenta karą umowną w wysokości 10% wartości towarów netto określonych w zamówieniu. Jeżeli dostarczona ilość towarów jest mniejsza o co najmniej 10% od ilości określonej w zamówieniu, wówczas Odbiorca A ma prawo obciążyć Emitenta karą umowną w wysokości 5% wartości netto brakującego towaru.

W przypadku niezawinionych przez Odbiorcę A opóźnień w dostawie towarów przekraczających 5 dni roboczych, Emitent będzie zobowiązany do zapłaty kary umownej w wysokości 5% wartości netto towarów będących przedmiotem zamówienia. W przypadku niezawinionych przez Odbiorcę A opóźnień w dostawie towarów przekraczających 15 dni roboczych, Odbiorca A ma prawo odmówić przyjęcia dostawy i odesłać towar na koszt i ryzyko Emitenta lub obciążyć Emitenta obowiązkiem zapłaty kary umownej w wysokości 5% wartości netto towarów będących przedmiotem zamówienia. W razie gdy dostawa nie spełnia innych warunków określonych w zamówieniu niż opisane szczegółowo w umowie, Odbiorca A ma prawo odmówić przyjęcia dostawy w całości lub części lub zażądać od Emitenta wyrównania szkody powstałej wskutek zrealizowania dostawy niezgodnie z zamówieniem. W przypadku, gdy dostarczona ilość towarów wykorzystywanych w ramach akcji handlowych jest mniejsza o co najmniej 10% od złożonego zamówienia, wówczas Odbiorca A ma prawo obciążyć Emitenta karą umowną w wysokości 5% wartości netto brakującego towaru. W przypadku, gdy dostarczona ilość towarów wykorzystywanych w ramach akcji handlowych jest mniejsza o co najmniej 5% od złożonego zamówienia, lub w przypadku opóźnień w dostawie towarów wykorzystywanych w ramach akcji handlowych przekraczających 5 dni roboczych, Odbiorca A ma prawo anulowania wysłanych już do Emitenta zamówień dotyczących towarów wykorzystywanych w ramach akcji handlowych i zakupu towarów od osoby trzeciej. Ewentualna różnica w cenie obciąża Emitenta niezależnie od kar umownych.

Jeżeli towar objęty jest gwarancją, Emitent ma obowiązek zapewnić zgodność zapisów znajdujących się w dokumencie gwarancyjnym z odpowiednimi oznaczeniami i danymi na towarze, a także urządzeniach pomiarowo-rejestracyjnych, oraz zapewnić nienaruszone plomby w miejscach przewidzianych w dokumencie gwarancyjnym. W razie niedopełnienia tego obowiązku w dniu pierwszej dostawy danego wyrobu lub też w ciągu 15 dni od momentu pierwszej dostawy nowego wyrobu Odbiorca A będzie mógł rozwiązać umowę bez wypowiedzenia oraz obciążyć Emitenta karą umowną w wysokości 5.000 PLN. W przypadku, gdy Emitent nie ujawni Odbiorcy A, że towary nie spełniają wymogów określonych w przepisach prawa lub normach, mogłyby zagrozić bezpieczeństwu lub zdrowiu klientów lub nie opracuje odpowiedniego planu zapobiegawczego, wówczas Odbiorca A podejmie wszelkie działania mające na celu zabezpieczenie interesu oraz bezpieczeństwa klientów we własnym zakresie na koszt Emitenta obciążając go równocześnie karą umowną w wysokości 10.000 PLN.

W przypadku, gdy Odbiorca A zleci, a Emitent produkować będzie towary oznaczone marką Odbiorcy A szczegółowo opisaną w umowie, wówczas Odbiorca A nabydzie wyłączność w ich nabywaniu. W razie dokonania sprzedaży towarów oznaczonych marką Odbiorcy A na rzecz innego podmiotu niż Odbiorca A bez jego zgody, Emitent zostanie obciążony karą umowną w wysokości 200.000 PLN. W przypadku, gdy nazwa danego produktu została opracowana przez Odbiorcę A, wówczas Emitent nie ma prawa do używania tej nazwy, a w szczególności sprzedaży pod tą samą nazwą produktów na rzecz osób trzecich. W razie naruszenia tego postanowienia Emitent zostanie obciążony karą umowną w wysokości 200.000 PLN.

Emitent zobowiązuje się do zachowania w tajemnicy wszelkich informacji uzyskanych od Odbiorcy A w zakresie określonym umową pod rygorem natychmiastowego rozwiązania umowy lub obciążenia Emitenta karą umowną w wysokości pozostawionej stronom do negocjacji.

Emitent ma obowiązek zawiadomić Odbiorcę A o zakończeniu działalności gospodarczej lub o zmianie formy prowadzenia działalności w terminie 1 miesiąca od przewidywanego takiego zdarzenia pod rygorem zapłaty kary umownej w wysokości 5.000 PLN. Emitent ma obowiązek złożyć oświadczenie dotyczące spełnienia przez niego warunków do uznania go za małego przedsiębiorcę oraz informować Odbiorcę A o zmianach wskaźników, od których zależy spełnienie przez niego warunków do uznania go za małego przedsiębiorcę pod rygorem zapłaty kary umownej w wysokości 10.000 PLN.

W przypadku sporządzenia przez Emitenta dokumentów dostawy i faktur w sposób utrudniający ich kontrolę i rozliczenie przez brak zamieszczenia numerów zamówień na dokumentach, fakturowanie częściowe zamówień itp., Odbiorca A może obciążyć Emitenta karą umowną w wysokości 5.000 PLN oraz przedłużyć termin płatności wynikający z faktury o czas potrzebny do uzyskania informacji od Emitenta umożliwiających prawidłowe rozliczenie.

Jeśli Odbiorca A w danym roku kalendarzowym sprzeda mniej niż 10% towaru oznaczonego tym samym kodem produktu, kupionego w tym roku kalendarzowym od Emitenta, wówczas Odbiorca A ma prawo do odstąpienia od umowy i zwrotu niesprzedanego towaru oraz żądania od Emitenta zwrotu zapłaconej za ten towar ceny. Dotyczy to jedynie towarów obecnych w sprzedaży w sieci Odbiorcy A przez okres co najmniej 12 miesięcy.

W okresie obowiązywania umowy Emitent nie może przyznawać innym odbiorcom kupującym towary w podobnej ilości, porównywalnego rodzaju, w zbliżonym czasie, korzystniejszych warunków sprzedaży niż oferowane Odbiorcy A. W razie naruszenia tego postanowienia Odbiorca A może rozwiązać umowę bez wypowiedzenia oraz żądać od Emitenta odszkodowania w wysokości uzależnionej od poniesionych strat w związku z nabywaniem towarów na warunkach mniej korzystnych niż oferowane innym odbiorcom.

Umowa zawarta na czas nieoznaczony z 1-miesięcznym okresem wypowiedzenia.

2) Umowa współpracy z dnia 30 listopada 2000 roku zawarta z Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A. Pawlak z siedzibą w Środzie Wielkopolskiej (Wykonawca).

Przedmiotem umowy jest określenie zasad wzajemnej współpracy pomiędzy stronami w związku z wykonywaniem przez Wykonawcę udzielonych mu przez Emitenta zleceń produkcyjnych. Przedmiotem zleceń produkcyjnych będzie wytwarzanie: opraw oświetleniowych, opraw przenośnych, lamp ogrodowych oraz lamp przemysłowych. Realizacja zleceń produkcyjnych odbywać się będzie na podstawie zamówień wraz z opisami, przekazywanymi przez Emitenta.

Jeżeli Wykonawca nie wykona zlecenia produkcyjnego w ustalonym terminie, Emitent ma prawo powierzyć jego wykonanie podmiotowi trzeciemu, a różnicą w kosztach obciążyć Wykonawcę.

Wykonawca zobowiązuje się wykorzystywać maszyny, formy lub przyrządy otrzymane od Emitenta wyłącznie w celu wykonania zleceń produkcyjnych. W przypadku naruszenia tego zobowiązania Wykonawca zapłaci Emitentowi karę umowną w wysokości 100% wartości powierzonych maszyn, form i przyrządów.

Wykonawca jest zobowiązany zwrócić Emitentowi otrzymane od niego maszyny, formy i przyrządy niezwłocznie po wygaśnięciu umowy, a także na każde żądanie, chyba że jest to technicznie niewykonalne, wtedy strony ustalą termin zwrotu. W przypadku niewykonania tego zobowiązania Wykonawca zapłaci Emitentowi karę umowną w wysokości 100% wartości powierzonych maszyn, form lub przyrządów.

Ustalenie wysokości ceny produktów wytwarzanych przez Wykonawcę na podstawie zamówień otrzymanych od Emitenta dokonywane będzie przy wykorzystaniu metody koszt plus marża zysku. Wysokość wynagrodzenia należnego Wykonawcy będzie każdorazowo ustalana w zleceniach produkcyjnych.

Umowa zawarta na czas nieokreślony z 3-miesięcznym okresem wypowiedzenia przez każdą ze stron. Emitent może wypowiedzieć umowę ze skutkiem natychmiastowym w przypadku naruszenia przez Wykonawcę któregośkolwiek z postanowień umowy i zasad dobrej współpracy. Zwrot form, przyrządów i maszyn na żądanie Emitenta powoduje rozwiązanie umowy.

3) Umowa sprzedaży nieruchomości z dnia 29 grudnia 2004 roku zawarta z Lena Lighting Włodzimierz Lesiński Jerzy Nadwórny Spółka Jawna z siedzibą w Środzie Wielkopolskiej (Sprzedający)

Przedmiotem umowy jest sprzedaż na rzecz Emitenta następujących nieruchomości położonych w Środzie Wielkopolskiej:

- stanowiącej działkę nr 1221/4 o powierzchni 1.498 m² objętej księgą wieczystą KW nr 21855,

- stanowiącej działkę nr 1232/3 o powierzchni 437 m² objętej księgą wieczystą KW nr 22816,

- stanowiącej działkę nr 1224/8 i 1222/8 o łącznej powierzchni 7.665 m² objętej księgą wieczystą KW nr 26166, zabudowanej halą magazynową wybudowaną przez Lena Lighting Sp. z o.o. własnym kosztem i staraniem.

W dniu zawarcia umowy w księgach wieczystych ww. nieruchomości ujawnione były hipoteki o wysokości odpowiednio: KW nr 21855 do łącznej kwoty: 2.443.903,70 PLN, KW nr 22816 do łącznej kwoty: 336.084,40 PLN, KW nr 26166 do łącznej kwoty: 1.330.000 PLN oraz do kwoty 500.000 EUR. Cena sprzedaży wynosi 8.790.662,31 PLN brutto. Cena sprzedaży zostanie zapłacona Sprzedającemu w następujący sposób:

- kwota 1.654.625 PLN brutto najpóźniej do dnia 25 stycznia 2005 roku,
- kwota 4.963.875 PLN brutto w 48 równych ratach miesięcznych wynoszących po 103.414,10 PLN brutto, płatnych do końca każdego miesiąca, począwszy od końca lutego 2005 roku,
- kwota 2.172.162,31 PLN brutto w dniu zawarcia umowy poprzez potrącenie wierzytelności Emitenta z tytułu zwrotu równowartości nakładów w postaci hali magazynowej poczynionych na nieruchomości Sprzedającego.

Umowa została zawarta na warunkach rynkowych.

5.10 Opis istotnych umów, w tym umów ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji zawartych przez Emitenta

Emitent jest stroną istotnych umów ubezpieczenia przedstawionych w tabeli poniżej:

Lp.	Oznaczenie ubezpieczyciela, polisy, data zawarcia umowy	Przedmiot i zakres ubezpieczenia	Suma ubezpieczenia, wysokość składki za cały okres ubezpieczenia	Okres ubezpieczenia
1.	Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A., 0408490/2005, 25 lutego 2005 r.*	Ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej za szkody wyrządzone w związku z produkcją sprzętu oświetleniowego i elektroinstalacyjnego. Do ubezpieczenia włączono koszty wycofania z rynku wadliwej partii produktu (posiadającej wady, które powodują zagrożenie wystąpienia szkód w mieniu lub na osobie w związku z zastosowaniem, użyciem lub konsumpcją produktów wprowadzonych do obrotu.	Suma ubezpieczenia: 2.000.000 PLN na jedno i wszystkie zdarzenia Wysokość składki: 33.560 PLN rocznie Udział własny: 10%	15.02.2005 r. – 14.02.2006 r.
2.	Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A., 4720/021/94/2005 25 lutego 2005 r.*	Ubezpieczenie budynków i budowli, urządzeń technicznych, maszyn, aparatów, narzędzi i wyposażenia zlokalizowanych w Środzie Wielkopolskiej przy ul. Kórnickiej 52 oraz innych lokalizacji od ognia, huraganu, deszczu nawalnego, powodzi, gradu, lawiny, śniegu, trzęsienia ziemi, osuwania i zapadania się ziemi, uderzenia pojazdu, huku ponadźwiękowego, dymu i sadzy oraz następstw szkód wodociągowych. Do ubezpieczenia włączono klauzulę ubezpieczenia od aktów terroryzmu, klauzulę inwestycyjną oraz klauzulę reprezentantów	Suma ubezpieczenia: 14.850.278,74 PLN Wysokość składki: 10.644 PLN rocznie	15.02.2005 r. – 14.02.2006 r.
3.	Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A., 4720/151/2/2005 25 lutego 2005 r.*	Ubezpieczenie utraty zysku w następstwie ognia i innych żywiołów w lokalizacjach znajdujących się w Środzie Wielkopolskiej, Ostrowie Wielkopolskim oraz Poznaniu zgodnie z adresami podanymi w polisie. Zakres ubezpieczenia obejmuje następujące zdarzenia: ogień, uderzenie pioruna, eksplozję, upadek statku powietrznego, akcję ratowniczą prowadzoną w związku ze zdarzeniami objętymi umową, huragan, deszcz nawalny, powódź, grad, lawinę, śnieg, trzęsienie ziemi, osuwanie i zapadanie się ziemi, uderzenie pojazdu, huk ponadźwiękowy, dym, sadzę, następstwa szkód wodociągowych.	Suma ubezpieczenia: 36.584.281,11 PLN Wysokość składki: 55.608 PLN rocznie	15.02.2005 r. – 14.02.2006 r.
4.	Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A., 4720/261/106/2005 25 lutego 2005 r.*	Ubezpieczenie od kradzieży z włamaniem i rabunku środków obrotowych oraz urządzeń. Do ubezpieczenia włączono także szkody powstałe w wyniku wandalizmu	Suma ubezpieczenia: 450.000 PLN Wysokość składki: 7.648 PLN rocznie	15.02.2005 r. – 14.02.2006 r.
5.	Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A., 0035858/2005 28 lutego 2005 r.*	Ubezpieczenie sprzętu elektronicznego stacjonarnego oraz przenośnego od szkód materialnych. Ograniczono odpowiedzialność za szkody w danych, oprogramowaniu i programach komputerowych.	Suma ubezpieczenia: 896.772,99 PLN Wysokość składki: 9.665 PLN rocznie	15.02.2005 r. – 14.02.2006 r.
6.	Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A., 0408488/2005, 25 lutego 2005 r.*	Ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej za szkody wyrządzone w związku z produkcją sprzętu oświetleniowego i elektroinstalacyjnego oraz posiadaniem mienia. Do ubezpieczenia włączono klauzulę OC za szkody wodno-kanalizacyjne, klauzulę OC najemcy oraz klauzulę OC pracodawcy.	Suma ubezpieczenia: 400.000 USD Wysokość składki: 2.220 PLN rocznie Udział własny: 100 USD	15.02.2005 r. – 14.02.2006 r.

Lp.	Oznaczenie ubezpieczyciela, polisy, data zawarcia umowy	Przedmiot i zakres ubezpieczenia	Suma ubezpieczenia, wysokość składki za cały okres ubezpieczenia	Okres ubezpieczenia
7.	Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A., 4720/021/93/2005, 24 lutego 2005 r.*	Ubezpieczenie od ognia i innych żywiołów. Zakres ubezpieczenia obejmuje następujące zdarzenia: ogień, uderzenie pioruna, eksplozję, upadek statku powietrznego, akcję ratowniczą prowadzoną w związku ze zdarzeniami objętymi umową, huragan, deszcz nawalny, powódź, grad, lawinę, śnieg, trzęsienie ziemi, osuwanie i zapadanie się ziemi, uderzenie pojazdu, huk nadźwiękowy, dym, sadzę, następstwa szkód wodociągowych. Ubezpieczenie do wysokości 6.000.000 zł zostało scedowane na rzecz BZ WBK S.A.	Suma ubezpieczenia: 13.300.000 zł Wysokość składki: 7.825 zł	15.02.2005 r. – 14.02.2006 r.

*Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A. przyjmuje na siebie odpowiedzialność ubezpieczeniową w terminach podanych we wniosku ubezpieczeniowym składanym przez Emitenta. Ze względów technicznych polisa wystawiana jest w terminie późniejszym, stąd niezgodność pomiędzy terminem obowiązywania polisy a momentem jej wystawienia.

Ponadto Emitent pozostaje w stałych stosunkach handlowych z kontrahentami, z którymi obrót handlowy odbywa się na podstawie jednorazowych umów sprzedaży, w których strony określają jedynie ilość zamawianego towaru i jego wartość, terminy i sposób dostawy, warunki płatności oraz gwarancji. Warunki tych umów nie odbiegają od warunków powszechnie stosowanych dla tego typu umów.

Wartość obrotów Emitenta z poszczególnymi kontrahentami w 2004 roku pokazuje poniższa tabela.

Tabela. Obroty Emitenta z poszczególnymi kontrahentami w 2004 roku

Lp.	Kontrahent	Obroty w roku 2004 r. (zł)
1.	Kontrahent 1	1 276 669,17
2.	Kontrahent 2	215 266,02
3.	Kontrahent 3	840 808,73
4.	Kontrahent 4	1 015 082,84
5.	Almecco SpA z siedzibą w San Giuliano (Włochy)	1 648 568,42
6.	Vossloh Schwabe GmbH z siedzibą w Ludenscheid (Niemcy)	2 501 034,76
7.	Kontrahent 5	1 810 289,33
8.	Kontrahent 6	1 751 085,75
9.	Kontrahent 7	860 760,98
10.	Kontrahent 8	1 875 996,94
11.	Kontrahent 9	2 187 963,62
12.	Kontrahent 10	1 047 798,87
13.	Philips Lighting Poland S.A. z siedzibą w Pile	1 858 264,31
14.	Kontrahent 11	2 672 732,38

5.11 Umowy, których stroną są akcjonariusze lub podmioty powiązane, w przypadku gdy mają istotne znaczenie dla Emitenta lub prowadzonej przez niego działalności gospodarczej

Wśród umów, których stroną są akcjonariusze lub podmioty powiązane, istotne znaczenie dla działalności Emitenta ma umowa sprzedaży nieruchomości z dnia 29 grudnia 2004 roku zawarta z Lena Lighting Włodzimierz Lesiński Jerzy Nadwórny Spółka Jawna z siedzibą w Środzie Wielkopolskiej.

Umowa ta została opisana powyżej w pkt 5.9.

5.12 Transakcje zawarte przez Emitenta lub jednostkę od niego zależną z podmiotami powiązanymi w okresie ostatnich 12 miesięcy o wartości przekraczającej wyrażoną w złotych równowartość 500.000 EUR, z wyjątkiem transakcji typowych i rutynowych, zawieranych na warunkach rynkowych, których charakter i warunki wynikają z bieżącej działalności operacyjnej, prowadzonej przez Emitenta lub jednostkę od niego zależną

Emitent nie zawarł z podmiotami powiązanymi w okresie ostatnich 12 miesięcy innych umów, których wartość przekracza wyrażoną w złotych równowartość 500.000 EUR poza umowami wskazanymi poniżej. Wszystkie umowy zostały zawarte na warunkach rynkowych.

1) Umowa sprzedaży nieruchomości z dnia 29 grudnia 2004 roku zawartą z Lena Lighting Włodzimierz Lesiński Jerzy Nadwórny Spółka Jawna z siedzibą w Środzie Wielkopolskiej opisaną w pkt 5.9.

2) Umowa przedwstępna sprzedaży nieruchomości z dnia 7 września 2004 roku, zawarta z Dusar Industrie Sp. z o.o. z siedzibą w Środzie Wielkopolskiej (Kupujący), w której zarządzie pełni funkcję Pan Włodzimierz Lesiński

Przedmiotem umowy jest sprzedaż nieruchomości położonych w Kijewie, działka nr 54 o powierzchni 5 ha 9 a, dla której prowadzona jest księga wieczysta nr 21549 przez Sąd Rejonowy w Środzie Wielkopolskiej Wydział Ksiąg Wieczystych, oraz działka nr 55 o powierzchni 6 ha 95 a, dla której prowadzona jest księga wieczysta nr 38556 przez Sąd Rejonowy w Środzie Wielkopolskiej Wydział Ksiąg Wieczystych.

Strony zobowiązały się do zawarcia umowy sprzedaży wskazanych wyżej nieruchomości i określiły, że termin zawarcia umowy przyrzeczonej określi Kupujący. Z uwagi na to, iż Kupujący jest cudzoziemcem w rozumieniu przepisów o nabywaniu nieruchomości przez cudzoziemców, warunkiem zawarcia umowy przyrzeczonej jest uzyskanie przez Kupującego zezwolenia Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji na zakup przedmiotowych nieruchomości.

Cena netto nieruchomości zapisanej w KW nr 21549 ustalona została na kwotę: 809.787,70 PLN, z czego tytułem przedpłaty Kupujący wpłacił kwotę netto w wysokości 750.000 PLN. Resztę ceny sprzedaży w kwocie 59.787,70 PLN Kupujący zobowiązał się zapłacić w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy przyrzeczonej. Cena netto nieruchomości zapisanej w KW nr 38.556 ustalona została na kwotę: 1.192.000 PLN, którą Kupujący zobowiązał się zapłacić w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy przyrzeczonej.

Strony ustaliły, że w przypadku wykonania przez Agencję Nieruchomości Rolnych prawa pierwokupu lub też otrzymania prawomocnej decyzji o odmowie wydania zezwolenia przez Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji na nabycie nieruchomości, Emitent zwróci Kupującemu otrzymaną przedpłatę. Strony zobowiązały się do zawarcia umowy przyrzeczonej w terminie 14 dni od dnia uzyskania przez Kupującego zezwolenia Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji na nabycie nieruchomości.

3) Umowa warunkowa sprzedaży nieruchomości z dnia 16 lutego 2005 roku, zawarta z Dusar Industrie Sp. z o.o. z siedzibą w Środzie Wielkopolskiej (Kupujący), w której zarządzie pełni funkcję Pan Włodzimierz Lesiński

W wykonaniu przedwstępnej umowy sprzedaży z dnia 7 września 2004 roku (opisanej szczegółowo powyżej w pkt 2) strony zawarły umowę, której przedmiotem jest sprzedaż nieruchomości położonych w Kijewie, działka nr 54 o powierzchni 5 ha 9 a, dla której prowadzona jest księga wieczysta nr 21549 przez Sąd Rejonowy w Środzie Wielkopolskiej Wydział Ksiąg Wieczystych, oraz działka nr 55 o powierzchni 6 ha 95 a, dla której prowadzona jest księga wieczysta nr 38556 przez Sąd Rejonowy w Środzie Wielkopolskiej Wydział Ksiąg Wieczystych.

Cena netto nieruchomości zapisanej w KW nr 21549 ustalona została na kwotę: 809.787,70 PLN, z czego tytułem Kupujący wpłacił kwotę netto w wysokości 750.000 PLN. Resztę ceny sprzedaży w kwocie 59.787,70 PLN Kupujący zobowiązał się zapłacić w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy przeniesienia własności nieruchomości. Cena netto nieruchomości zapisanej w KW nr 38.556 ustalona została na kwotę 1.192.000 PLN, którą Kupujący zobowiązał się zapłacić w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy przeniesienia własności nieruchomości.

Umowa została zawarta pod warunkiem, że Agencja Nieruchomości Rolnych nie skorzysta z prawa pierwokupu, przysługującego jej na podstawie ustawy z dnia 11 kwietnia 2003 roku o kształtowaniu ustroju rolnego (Dz.U. Nr 64, poz. 592). Na poczet ceny sprzedaży kupujący zapłacił część kwoty należnej za działkę nr 54, pozostałą kwotę kupujący zapłaci w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy przeniesienia własności nieruchomości. Emitent zobowiązał się do zwrotu otrzymanej kwoty w przypadku skorzystania przez Agencję Nieruchomości Rolnych z prawa pierwokupu oraz poddał się w tym zakresie egzekucji.

4) Umowa przeniesienia prawa własności nieruchomości gruntowej z dnia 3 marca 2005 roku, zawarta z Dusar Industrie Sp. z o.o. z siedzibą w Środzie Wielkopolskiej (Kupujący), w której zarządzie pełni funkcję Pan Włodzimierz Lesiński

W wykonaniu warunkowej umowy sprzedaży nieruchomości z dnia 16 lutego 2005 roku (opisanej szczegółowo powyżej w pkt 3) oraz w związku z pismem Dyrektora Agencji Nieruchomości Rolnych z dnia 25 lutego 2005 roku informującym, że Agencja Nieruchomości Rolnych nie skorzysta z prawa pierwokupu nieruchomości będącej przedmiotem umowy, strony przeniosły własność nieruchomości na Kupującego. Reszta ceny sprzedaży w wysokości 1.251.787,70 zł została w całości uregulowana w dniu zawarcia umowy.

Ponadto Emitent ustanowił na nieruchomości, położonej w Kijewie, objętej księgą wieczystą KW nr 21.549, na którą składa się działka nr 54, hipoteki na zabezpieczenie zobowiązań Dusar Industrie Sp. z o.o. z siedzibą w Środzie Wielkopolskiej. Własność przedmiotowej

nieruchomości została przeniesiona na Dusar Industrie Sp. z o.o. z siedzibą w Środzie Wielkopolskiej na podstawie umowy z dnia 16 lutego 2005 roku opisanej powyżej w pkt 4.

5.13 Koncesje lub inne zezwolenia

Na prowadzenie działalności Emitenta nie są wymagane koncesje ani zezwolenia, w związku z tym Emitent nie posiada koncesji ani zezwoleń.

5.14 Patenty, licencje i znaki towarowe

Emitent uzyskał świadectwo rejestracji na wzór przemysłowy opisane w poniższej tabelce.

Wzór przemysłowy	Data zgłoszenia	Numer zgłoszenia	Data wydania świadectwa rejestracji, numer w rejestrze	Zakres działalności objęty chronionym wzorem przemysłowym
Przedmiotem wzoru przemysłowego jest lampa.	31 stycznia 2001 r.	21179	17 lutego 2004 r.; 2297	Sprzedaż, produkcja, reklama
Przedmiotem wzoru są lampy: Effect, Effect LED, Profi LED, Profi Duo LED, Codar2x18W, 2x36W oraz 2x58W	15 września 2004 r.	28010	Postępowanie w toku	Sprzedaż, produkcja, reklama
Przedmiotem wzoru przemysłowego jest lampa	5 września 2003 r.	Wp 4050	17 maja 2004 r.; 6377	Sprzedaż, produkcja, reklama

Emitent nie posiada znaków towarowych. W dniu 2 marca 2005 roku złożył dwa wnioski o udzielenie prawa ochronnego na znaki towarowe: znak słowno-graficzny LENA LIGHTING (Z-291931) oraz znak słowno-graficzny PRACTIC LINE (Z-291932). Równocześnie Emitent zgłosił te znaki towarowe w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego (Znaki Towarowe i Wzory) w Alicante do rejestracji jako wspólnotowe znaki towarowe (nr zgłoszenia: 004266359 i 004268744). Następnie w dniu 11 marca 2005 roku Emitent wystąpił do Urzędu Patentowego RP o rejestrację międzynarodową tych znaków towarowych na terenie Bułgarii, Białorusi, Szwajcarii, Chorwacji, Islandii, Kazachstanu, Mołdawii, Norwegii, Rosji, Rumunii, Turcji, Ukrainy, Serbii i Czarnogóry.

Emitent nie korzysta z żadnych istotnych licencji.

Emitent zgłosił do Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej patenty opisane w tabeli poniżej.

Patent	Data zgłoszenia	Numer zgłoszenia	Data wydania świadectwa rejestracji, numer w rejestrze	Zakres działalności objęty chronionym wzorem przemysłowym
Zamek do mocowania płyty montażowej w podstawie oprawy lampy, zwłaszcza lampy fluorescencyjnej	11 października 2004 r.	P 370617	postępowanie w toku	Sprzedaż, produkcja, reklama
Zamek do mocowania płyty montażowej w podstawie oprawy lampy, zwłaszcza lampy fluorescencyjnej	11 października 2004 r.	P 370618	postępowanie w toku	Sprzedaż, produkcja, reklama
Zamek do mocowania klosza, zwłaszcza w oprawie sufitowej lampy fluorescencyjnej	11 października 2004 r.	P 370619	postępowanie w toku	Sprzedaż, produkcja, reklama

5.15 Prace badawczo-rozwojowe oraz wdrożeniowe w okresie ostatnich 3 lat

Prace badawczo-rozwojowe prowadzone w Spółce w latach 2001-2004 doprowadziły do rozszerzenia asortymentu o nowe wyroby we wszystkich pięciu grupach produktowych, na których koncentruje się działalność Spółki.

W grupie opraw przemysłowych zostały wdrożone trzy nowe linie produktów. Wymagało to opanowania zaawansowanej technologii wtrysku cienkościennych detali poliwęglanowych. Ponadto specjalnie dla tych produktów uruchomiono dwa urządzenia do profilowania blach stalowych.

Gama opraw przenośnych została wzbogacona o trzy linie produktów profesjonalnych oraz pięć linii produktów standardowych. Innowacyjna działalność Spółki, podążanie za światowymi trendami w zakresie wykorzystania nowoczesnych źródeł światła oraz dążenie do uzyskania wysokich walorów użytkowych opraw przenośnych zaowocowało szerokim wykorzystaniem diod elektroluminescencyjnych jako wydajnego, bezpiecznego i trwałego źródła światła.

W grupie plafonier technicznych powstało 11 nowych linii produktów. W tym obszarze działania badawczo-rozwojowe skupione były na wprowadzeniu na rynek konkurencyjnych cenowo wyrobów o nowoczesnej stylistyce, wysokim współczynnikiem odporności na urazy mechaniczne i działanie czynników atmosferycznych oraz wykorzystujących szeroką gamę energooszczędnych źródeł światła.

Wśród opraw biurowych działania rozwojowe skierowane były na wprowadzenie szerokiej gamy opraw rastrowych. Uruchomiona została własna lakiernia proszkowa. Opracowano i wdrożono technologię obróbki plastycznej blach stalowych i aluminiowych.

W grupie opraw ogrodowych opracowano cztery linie produktów. Oprawy charakteryzują się nowoczesną stylistyką. W gamie produktów występują oprawy wykonane z tworzywa sztucznego, aluminium lub stali nierdzewnej.

W celu spełnienia wymagań bezpieczeństwa oraz zapewnienia odpowiedniej jakości produkowanych wyrobów w Spółce zostało rozbudowane zaplecze kontrolno-pomiarowe, które umożliwia pracownikom Spółki przeprowadzanie najważniejszych badań (np. trwałości, szczelności czy pomiaru temperatur wewnątrz opraw) dotyczących wdrażanych produktów. Zaplecze to sukcesywnie jest rozbudowywane o nowe urządzenia, a prowadzone badania (w przypadku najbardziej wymagających opraw) wykonywane są w obecności wykwalifikowanej osoby z akredytowanego laboratorium. W tej dziedzinie spółka współpracuje z VDE Prüf und Zertifizierungsinstitut. Dla zapewnienia wiarygodnych wyników część urządzeń pomiarowych poddawana jest sukcesywnie kalibracji w specjalistycznych laboratoriach zewnętrznych. Ponadto firma współpracuje w zakresie badań bezpieczeństwa z akredytowanymi jednostkami: Instytut Elektrotechniki, OBR PREDOM, VDE Prüf und Zertifizierungsinstitut, TÜV Rheinland, których raporty z badań pozwalają ubiegać się o certyfikaty bezpieczeństwa.

5.16 Główne inwestycje krajowe i zagraniczne

5.16.1 Inwestycje związane z prowadzoną działalnością

W latach 2001-2004 Spółka, celem zwiększenia możliwości produkcyjnych, dokonała rozbudowy hali wtryskarek, rozpoczęła rozbudowę hali pras oraz dokonała zakupów urządzeń produkcyjnych. Zakupy te obejmowały m.in.: wtryskarkę ślimakową Husky; wtryskarkę ślimakową Battenfeld; dwie profilarki do profili z blach stalowych; prasę krawędziową CTO 80; prasy mimośrodowe 25, 40, 160 ton; prasę hydrauliczną 25 ton; rozbudowę malarni: zakup myjki ultradźwiękowej, pieca do wypalania farby oraz aplikatora farb proszkowych; urządzenia rozwijająco-prostujące do taśm stalowych; sprężarki tłokowej i urządzenia uzdatniające powietrze; myjkę zanurzeniową. W 2002 roku nakłady inwestycyjne na środki trwałe oraz wartości niematerialne i prawne wyniosły 2.535 tys. zł, z czego jako najważniejsze należy wymienić zakup maszyn i narzędzi za kwotę 1.328 tys. zł. W roku 2003 wydatki inwestycyjne na środki trwałe oraz wartości niematerialne i prawne kształtowały się na poziomie 3.577 tys. zł i były to przede wszystkim nakłady na maszyny i narzędzia, które wyniosły 3.030 tys. zł. Z kolei w 2004 roku Spółka poniosła wydatki na środki trwałe oraz wartości niematerialne i prawne w wysokości 14.730 tys. zł. Prawie połowa tej kwoty 7.293 tys. zł to zakup nieruchomości i gruntów, natomiast 4.341 tys. zł zostało przeznaczone na maszyny i narzędzia. Spółka w 2004 roku dokonała również inwestycji w laboratorium w wysokości 30 tys. zł. Emitent ponosi również systematyczne nakłady na badania i rozwój, które w ostatnich trzech latach wynosiły: 760 tys. zł w 2004 roku, 563 tys. w 2003 roku oraz 252 tys. zł. w 2002 roku.

Efekty przeprowadzonych inwestycji:

- Opracowanie technologii i wdrożenia do produkcji linii opraw rastrowych (w grupie opraw biurowych) – 2 linie produktów;
- Opracowanie technologii i wdrożenia do produkcji szerokiej gamy plafonier technicznych – 11 linii produktów;
- Opracowanie technologii i wdrożenia do produkcji profesjonalnych lamp przenośnych – 3 linie produktów, oraz standardowych lamp przenośnych – 5 linii produktów;
- Opracowanie technologii i wdrożenia do produkcji gamy opraw przemysłowych – 3 linie produktów;
- Opracowanie technologii i wdrożenia do produkcji gamy opraw ogrodowych – 4 linie produktów.

Przeprowadzone inwestycje wpłynęły na wzrost mocy produkcyjnych o około 30% w 2002 roku, 45% w 2003 oraz 35% w 2004. Na koniec 2004 roku Spółka posiadała 36 linii produktowych, w ramach których wytwarzane były 583 pozycje asortymentowe. Obecnie możliwości produkcyjne Spółki kształtują się na poziomie 7,2 mln sztuk opraw oświetleniowych rocznie i są o 4,3 mln sztuk większe niż w 2001 roku, kiedy to Spółka była w stanie wyprodukować 2,9 mln sztuk opraw oświetleniowych. W kolejnych latach możliwości produkcyjne Spółki wynosiły: 3,7 mln sztuk w 2002 r., 5,4 mln sztuk w 2003 r. i w 2004 r. osiągnęły poziom 7,2 mln sztuk.

5.16.2 Inwestycje kapitałowe

Emitent nie dokonywał inwestycji kapitałowych w ciągu ostatnich trzech lat.

5.16.3 Uczestniczenie we wspólnych przedsięwzięciach, spółkach, fundacjach, stowarzyszeniach

Emitent w ciągu ostatnich trzech lat nie uczestniczył we wspólnych przedsięwzięciach, spółkach, fundacjach oraz stowarzyszeniach.

5.17 Umowy: kredytu, pożyczki, poręczenia, gwarancji oraz istotne zobowiązania wekslowe, zobowiązania wynikające z praw pochodnych lub innych instrumentów finansowych, zobowiązania wynikające z emitowanych dłużnych papierów wartościowych oraz inne istotne zobowiązania

Emitent jest stroną umów kredytowych opisanych poniżej.

1) Umowa o dewizowy kredyt rewolwingowy z dnia 20 października 2004 roku, zawarta z Bankiem Zachodnim WBK S.A. z siedzibą we Wrocławiu

Bank udzielił Emitentowi dewizowego kredytu rewolwingowego do maksymalnej kwoty 250.000 EUR na finansowanie bieżącej działalności. Kredyt oprocentowany jest według zmiennej stawki EURIBOR 1M powiększony o marżę w wysokości 1 punkt procentowy. Bank ma prawo do zmiany marży w przypadku niedostarczenia bankowi informacji o sytuacji ekonomiczno-finansowej, w sposób szczegółowo opisany w umowie, o 1 punkt procentowy. W przypadku niewywiązania się Emitenta z terminowej spłaty kredytu lub jego raty Emitent zapłaci bankowi odsetki w wysokości dwukrotnego oprocentowania kredytu. Odsetki od kredytu przeterminowanego są niezwłocznie wymagalne.

Ostateczna spłata kredytu powinna nastąpić do dnia 19 października 2005 roku.

Emitenta zobowiązuje się m.in. do:

- wykorzystania kredytu zgodnie z przeznaczeniem,
- utrzymywania na rachunku walutowym lub innych rachunkach prowadzonych w banku środków pieniężnych w sposób umożliwiający terminowe regulowanie wierzytelności z tytułu umowy kredytowej,
- zachowania w mocy i skuteczności prawnych zabezpieczeń wierzytelności banku,
- licznych obowiązków informacyjnych wobec banku,
- umożliwienia przedstawicielom banku prowadzenia inspekcji u Emitenta w zakresie związanym z oceną sytuacji gospodarczej, finansowej, realności złożonych prawnych zabezpieczeń oraz dotrzymywania warunków umowy,
- przeprowadzania rozliczeń z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej poprzez rachunek bieżący walutowy w wysokości min. jednokrotności kwoty kredytu w okresie miesięcznym,
- informowania banku o zmianach w strukturze właścicielskiej min. 1 miesiąc naprzód.

Zabezpieczenie kredytu stanowi:

- nieodwołalne do czasu realizacji wszelkich zobowiązań Emitenta pełnomocnictwo do dysponowania środkami pieniężnymi zgromadzonymi na rachunku walutowym, na rachunku bieżącym oraz na innych rachunkach Emitenta prowadzonych przez bank do wysokości 150% wartości kwoty kredytu,
- brak możliwości cedowania wpływów na rachunek na rzecz innych wierzycieli,
- zastaw rejestrowy na zapasach stanowiących własność Emitenta, zlokalizowanych w magazynie położonym w Środzie Wielkopolskiej ul. Kórnicka 52 o wartości netto nie mniejszej niż 1.500.000 PLN, wraz z cesją praw z umowy ubezpieczenia przedmiotu zastawu,
- oświadczenie Emitenta o poddaniu się egzekucji do kwoty 375.000 EUR, do dnia 19 października 2008 roku.

Jeżeli Emitent naruszy warunki umowy, w szczególności nieterminowo reguluje swoje zobowiązania wobec banku z tytułu kredytu, odsetek, opłat i prowizji powyżej kwoty 1.000 EUR, bank ma prawo dokonać aktualizacji wyceny rzeczowych zabezpieczeń prawnych, zlecając jej wykonanie oraz obciążyć Emitenta kosztami takiej wyceny.

W razie stwierdzenia przez bank, że warunki udzielenia kredytu nie zostały dotrzymane lub zagrożona jest terminowa spłata kredytu z powodu złego stanu majątkowego Emitenta, bank może m.in.:

- renegeować warunki umowy,
- zażądać dodatkowego zabezpieczenia,
- zażądać przedstawienia w określonym terminie programu naprawczego i jego realizacji po zatwierdzeniu przez bank,
- obniżyć kwotę przyznanego i niewykorzystanego kredytu, co nie wymaga aneksu do umowy i dokonywane jest poprzez bank w drodze zawiadomienia,

- wypowiedzieć umowę w całości lub części z zachowaniem trzydziestodniowego okresu wypowiedzenia, a w razie zagrożenia upadłością Emitenta z zachowaniem siedmiodniowego okresu wypowiedzenia.

2) Umowa o dewizowy kredyt rewolwingowy nr 1418/010/05 z dnia 28 lutego 2005 roku, zawarta z Bankiem Zachodnim WBK S.A. z siedzibą we Wrocławiu

Bank udzielił Emitentowi dewizowego kredytu rewolwingowego do maksymalnej kwoty 500.000 EUR na finansowanie bieżącej działalności. Kredyt oprocentowany jest według zmiennej stawki EURIBOR 1M, powiększonej o marżę w wysokości 1 punktu procentowego. Bank ma prawo do zmiany marży w przypadku niedostarczenia bankowi informacji o sytuacji ekonomiczno-finansowej, w sposób szczegółowo opisany w umowie, o 1 punkt procentowy. W przypadku niewywiązania się Emitenta z terminowej spłaty kredytu lub jego raty Emitent zapłaci bankowi odsetki w wysokości dwukrotnego oprocentowania kredytu. Odsetki od kredytu przeterminowanego są niezwłocznie wymagalne.

Ostateczna spłata kredytu powinna nastąpić do dnia 28 lutego 2006 roku.

Emitent zobowiązał się m.in. do:

- wykorzystania kredytu zgodnie z jego przeznaczeniem,
- utrzymywania na rachunku walutowym lub innych rachunkach prowadzonych w banku środków pieniężnych w sposób umożliwiający terminowe regulowanie wierzytelności z tytułu przedmiotowej umowy,
- zachowania w mocy i skuteczności prawnych zabezpieczeń wierzytelności banku, wynikających z przedmiotowej umowy,
- licznych obowiązków informacyjnych wobec banku,
- umożliwienia przedstawicielom banku prowadzenia inspekcji u Emitenta w zakresie związanym z oceną sytuacji gospodarczej, finansowej, realności złożonych prawnych zabezpieczeń oraz dotrzymania warunków przedmiotowej umowy,
- przeprowadzania rozliczeń z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej poprzez rachunek bieżący walutowy w wysokości m.in. jednokrotności kwoty kredytu w okresie miesięcznym,

Zabezpieczenie kredytu stanowi:

- nieodwołalne do czasu realizacji wszelkich zobowiązań Emitenta pełnomocnictwo do dysponowania środkami pieniężnymi zgromadzonymi na rachunku walutowym, na rachunku bieżącym oraz na innych rachunkach Emitenta prowadzonych przez bank do wysokości 150% wartości kwoty kredytu,
- brak możliwości cedowania wpływów na rachunek na rzecz innych wierzycieli,
- zastaw rejestrowy na zapasach – materiałach do produkcji, zlokalizowanych w magazynie położonym w Środzie Wielkopolskiej ul. Kórnicka 52 o wartości netto nie mniejszej niż 6.000.000 PLN, wraz z cesją praw z umowy ubezpieczenia przedmiotu zastawu,
- przewłaszczenie wyżej wskazanych zapasów do czasu ustanowienia zastawu rejestrowego,
- oświadczenie Emitenta o poddaniu się egzekucji do kwoty wyrażonej w PLN stanowiącej równowartość 750.000 EUR, do dnia 28 lutego 2009 roku.

Jeżeli Emitent naruszy warunki umowy, w szczególności nieterminowo reguluje swoje zobowiązania wobec banku z tytułu kredytu, odsetek, opłat i prowizji powyżej kwoty 1.000 EUR, bank ma prawo dokonać aktualizacji wyceny rzeczowych zabezpieczeń prawnych, zlecając jej wykonanie firmom zewnętrznym oraz obciążyć Emitenta kosztami takiej wyceny.

W razie stwierdzenia przez bank, że warunki udzielenia kredytu nie zostały dotrzymane lub zagrożona jest terminowa spłata kredytu z powodu złego stanu majątkowego Emitenta, bank może m.in.:

- renegotjować warunki umowy,
- zażądać dodatkowego zabezpieczenia,
- zażądać przedstawienia w określonym terminie programu naprawczego i jego realizacji po zatwierdzeniu przez bank,
- obniżyć kwotę przyznanego i niewykorzystanego kredytu, co nie wymaga aneksu do umowy i dokonywane jest przez bank w drodze zawiadomienia,
- wypowiedzieć umowę w całości lub części z zachowaniem trzydziestodniowego okresu wypowiedzenia, a w razie zagrożenia upadłością Emitenta z zachowaniem siedmiodniowego okresu wypowiedzenia.

Emitent nie jest stroną umów pożyczki, poręczenia ani gwarancji. Nie istnieją istotne zobowiązania wekslowe, zobowiązania wynikające z praw pochodnych lub innych instrumentów finansowych, zobowiązania wynikające z emitowanych dłużnych papierów wartościowych oraz inne istotne zobowiązania, których stroną jest Emitent.

5.18 Nieruchomości

Emitent jest w posiadaniu nieruchomości o przybliżonej łącznej powierzchni 28 ha 54 a. Opis posiadanych przez Emitenta nieruchomości istotnych z punktu widzenia prowadzonej działalności zawiera poniższa tabela. Opisanie poniżej nieruchomości mają istotne znaczenie dla działalności Emitenta z uwagi na to, iż na nich zlokalizowana jest hala magazynowa oraz biurowiec wykorzystywany na potrzeby własne Spółki.

Tabela. Nieruchomości Emitenta

Lp.	Położenie	Wielkość i struktura	Przeznaczenie	Tytuł prawny	Ustanowione obciążenia
1.	Środa Wielkopolska (woj. wielkopolskie)	16,55 a działka nr ewid.: 2545/33	zabudowana budynkiem magazynowym	Użytkowanie wieczyste do dnia 29 października 2092 r., wpisane do księgi wieczystej KW 38937 prowadzonej przez Sąd Rejonowy V Wydział Ksiąg Wieczystych w Środzie Wielkopolskiej	-
2.	Środa Wielkopolska (woj. wielkopolskie)	2.741a działka nr ewid.: 67, 68, 75/1, 75/2, 167, 82, 83, 140, 142/2, 142/3	grunty orne	Własność nieruchomości wpisanej do księgi wieczystej KW 38556 prowadzonej przez Sąd Rejonowy V Wydział Ksiąg Wieczystych w Środzie Wielkopolskiej	-
3.	Środa Wielkopolska (woj. wielkopolskie)	14,98 a działka nr 1221/4	rola	Własność nieruchomości wpisanej do księgi wieczystej KW 21855 prowadzonej przez Sąd Rejonowy V Wydział Ksiąg Wieczystych w Środzie Wielkopolskiej	-
4.	Środa Wielkopolska (woj. wielkopolskie)	4,37 a działka nr 1232/3	rola	Własność nieruchomości wpisanej do księgi wieczystej KW 22816 prowadzonej przez Sąd Rejonowy V Wydział Ksiąg Wieczystych w Środzie Wielkopolskiej	hipoteka w kwocie 1.084,40 PLN na rzecz Skarbu Państwa*
5.	Środa Wielkopolska (woj. wielkopolskie)	76,65 a działki nr 1224/8 i 1222/8	rola	Własność nieruchomości wpisanej do księgi wieczystej KW 26166 prowadzonej przez Sąd Rejonowy V Wydział Ksiąg Wieczystych w Środzie Wielkopolskiej	-

* Wierzytelność zabezpieczona opisaną hipoteką została w całości spłacona; został złożony wniosek o wykreślenie przedmiotowej hipoteki z księgi wieczystej.

5.19 Informacje o wszczętych postępowaniach z udziałem Spółki

5.19.1 Postępowania upadłościowe, układowe, ugodowe, egzekucyjne lub likwidacyjne wszczęte wobec Spółki, a także akcjonariusza posiadającego co najmniej 5% akcji lub ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu wszczęte w okresie ostatnich 5 lat obrotowych, jeżeli wynik tych postępowań ma lub może mieć istotne znaczenie dla działalności Spółki

W okresie ostatnich 5 lat obrotowych ani wobec Emitenta, ani wobec jego poprzedników prawnych, jak również wobec akcjonariusza posiadającego co najmniej 5% akcji lub ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta nie wszczynano postępowań upadłościowych, układowych, ugodowych, egzekucyjnych ani likwidacyjnych, których wynik ma lub może mieć istotne znaczenie dla działalności Spółki.

5.19.2 Postępowania, w których stroną jest Spółka lub akcjonariusz posiadający co najmniej 5% akcji lub ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu wszczęte w okresie ostatnich 5 lat obrotowych, jeżeli wynik tych postępowań ma lub może mieć istotne znaczenie dla działalności Spółki

W okresie ostatnich 5 lat obrotowych ani Emitent, ani jego poprzednicy prawni, jak również akcjonariusz posiadający co najmniej 5% akcji lub ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta nie był stroną postępowania, którego wynik ma lub może mieć istotne znaczenie dla działalności Spółki.

5.19.3 Postępowania przed organami administracji w związku z prowadzoną przez Spółkę działalnością wszczęte w okresie ostatnich 5 lat obrotowych, jeżeli wynik tych postępowań ma lub może mieć istotne znaczenie dla działalności Spółki

W okresie ostatnich 5 lat obrotowych w związku z prowadzoną przez Spółkę działalnością nie zostały wszczęte przed organami administracji żadne postępowania, których wynik ma lub może mieć istotne znaczenie dla działalności Spółki.

5.20 Realizacja obowiązków wynikających z tytułu wymagań ochrony środowiska naturalnego

Z tytułu wymagań ochrony środowiska naturalnego Emitent zobowiązany jest do realizowania następujących obowiązków:

- wnoszenie opłat za gospodarcze korzystanie ze środowiska, na podstawie ustawy z dnia 27 kwietnia 2001 roku – Prawo ochrony środowiska (Dz.U. Nr 62, poz. 627 ze zm.),
- wnoszenie opłat produktowych uregulowanych ustawą z dnia 11 maja 2001 roku o obowiązkach przedsiębiorców w zakresie gospodarowania niektórymi odpadami oraz o opłacie produktowej i opłacie depozytowej (Dz.U. Nr 63, poz. 639 ze zm.),
- składania wykazu rodzajów zanieczyszczeń wprowadzanych do środowiska, na podstawie ustawy z dnia 27 kwietnia 2001 roku – Prawo ochrony środowiska (Dz.U. Nr 62, poz. 627 ze zm.),
- składania informacji o wytwarzanych odpadach oraz o sposobach gospodarowania wytwarzanymi odpadami innymi niż niebezpieczne na podstawie ustawy z dnia 27 kwietnia 2001 roku o odpadach (Dz.U. Nr 62, poz. 628 ze zm.),
- składania sprawozdań o masie wywiezionych za granicę opakowań (produktów w opakowaniach), na podstawie ustawy z dnia 11 maja 2001 roku o opakowaniach i odpadach opakowaniowych (Dz.U. Nr 63, poz. 638 ze zm.).

5.21 Informacje dotyczące działalności Lena Lighting Sp. z o.o.

5.21.1 Informacje o podstawowych produktach, towarach i usługach

5.21.1.1 Informacja o podstawowych produktach, towarach lub usługach

Działalność Lena Lighting Sp. z o.o. koncentrowała się na produkcji i handlu oprawami oświetleniowymi. Asortyment produktowy można podzielić na 5 głównych grup produktowych (plafoniere techniczne, oprawy przenośne, oprawy przemysłowe, oprawy biurowe, oprawy ogrodowe) oraz dodatkową grupę „pozostałe”, która obejmuje produkty nie zakwalifikowane do wyodrębnionych 5 grup.

Plafoniere techniczne

Plafoniere techniczne są to małogabarytowe oprawy oświetleniowe przeznaczone do montażu na suficie lub ścianie, w których wykorzystywane są żarowe lub świetłóvkowe źródła światła. Znajdują zastosowanie jako oświetlenie stałe pomieszczeń sanitarnych, korytarzy, klatek schodowych, elewacji budynków, a także garaży i warsztatów.

Oprawy przenośne

Oprawy przenośne są to oprawy oświetleniowe służące do oświetlenia miejsca pracy, w których wykorzystywane są żarowe, świetłóvkowe lub diodowe źródła światła. Znajdują zastosowanie w budownictwie oraz w sektorze motoryzacyjnym. Gama opraw dzieli się na profesjonalne i standardowe oprawy przenośne. Oprawy profesjonalne charakteryzują się wyższą ceną ze względu na wyższą jakość, trwałość, niezawodność i nowoczesność rozwiązań technicznych.

Oprawy przemysłowe

Oprawy przemysłowe to oprawy oświetleniowe przeznaczone do montażu na suficie, ścianie lub w podłożu, w których wykorzystywane są świetłóvkowe lub halogenowe źródła światła. Służą one do oświetlania magazynów, hal, pomieszczeń produkcyjnych.

Oprawy biurowe

Oprawy biurowe to oprawy oświetleniowe przeznaczone do montażu na suficie, ścianie lub w podłożu, w których wykorzystywane są świetłóvkowe lub halogenowe źródła światła. Są one stosowane jako oświetlenie biur lub pomieszczeń użyteczności publicznej.

Oprawy ogrodowe

Oprawy ogrodowe to oprawy oświetleniowe przeznaczone do montażu w podłożu lub na ścianie, w których wykorzystywane są żarowe lub świetłóvkowe źródła światła. Służą one do oświetlania ogrodów oraz terenów zielonych.

Pozostałe

W skład tej grupy zostały zakwalifikowane pozostałe artykuły będące w ofercie firmy: przedłużacze mieszkaniowe, ogrodowe i bębnowe oraz materiały, komponenty i podzespoły do produkcji lamp, które są odsprzedawane podwykonawcom.

Towary

Towary oferowane przez Lena Lighting Sp. z o.o. można podzielić na podobne grupy asortymentowe jak wyroby własne: plafoniere techniczne, oprawy przenośne, oprawy przemysłowe, oprawy biurowe, oprawy ogrodowe oraz pozostałe. W skład grupy o nazwie „Pozostałe” zostały zaliczone źródła światła oraz komponenty i podzespoły do produkcji lamp, które są odsprzedawane podwykonawcom.

Usługi

Lena Lighting Sp. z o.o. świadczy usługi w zakresie m.in. wynajmu środków trwałych. Są to usługi w zakresie wynajmu środków trwałych swoim podwykonawcom. Przychody z tej działalności nie były znaczące, ponieważ nie przekraczały w ostatnich trzech latach 0,84% przychodów netto ze sprzedaży.

5.21.1.2 Podstawowe produkty, towary i usługi

Przychody ze sprzedaży ogółem, w podziale na wyroby własne, towary i usługi, przedstawia poniższa tabela:

Sprzedaż	2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Wyroby własne	38 840	82,81%	32 935	85,41%	21 271	82,86%
Towary	7 669	16,35%	5 582	14,47%	4 341	16,91%
Usługi	391	0,84%	46	0,12%	59	0,23%
Przychody netto ze sprzedaży ogółem	46 900	100,00%	38 563	100,00%	25 671	100,00%
Dynamika	1,22	-	1,50	-	-	-

Źródło: Emitent.

Przychody ze sprzedaży wyrobów własnych w podziale na główne grupy produktowe przedstawia poniższa tabela:

Sprzedaż	2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Plafoniere techniczne	16 474	42,42%	16 177	49,12%	11 981	56,33%
Oprawy przenośne	10 526	27,10%	10 129	30,75%	6 405	30,11%
Oprawy biurowe	6 140	15,81%	2 569	7,80%	306	1,44%
Oprawy przemysłowe	3 138	8,08%	1 436	4,36%	598	2,81%
Oprawy ogrodowe	1 597	4,11%	1 517	4,61%	834	3,92%
Pozostałe	965	2,48%	1 107	3,36%	1 147	5,39%
Przychody netto ze sprzedaży wyrobów własnych	38 840	100,00%	32 935	100,00%	21 271	100,00%
Dynamika	1,18	-	1,55	-	-	-

Źródło: Emitent.

Przychody ze sprzedaży towarów wg głównych grup produktowych przedstawia poniższa tabela:

Sprzedaż	2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Plafoniere techniczne	-	-	-	-	-	-
Oprawy przenośne	-	-	-	-	-	-
Oprawy biurowe	-	-	-	-	-	-
Oprawy przemysłowe	-	-	-	-	-	-
Oprawy ogrodowe	-	-	-	-	-	-
Pozostałe	7 669	100,00%	5 582	100,00%	4 341	100,00%
Przychody netto ze sprzedaży towarów	7 669	100,00%	5 582	100,00%	4 341	100,00%
Dynamika	1,37	-	1,29	-	-	-

Źródło: Emitent.

Sprzedaż sprzętu oświetleniowego wg głównych grup w ujęciu ilościowym przedstawia poniższa tabela:

Sprzedaż	2004		2003		2002	
	(szt.)	(%)	(szt.)	(%)	(szt.)	(%)
Plafonier techniczne	2 728 362	38,31%	2 572 099	45,94%	2 197 365	41,01%
Oprawy przenośne	759 880	10,67%	714 654	12,77%	642 190	11,98%
Oprawy biurowe	311 345	4,37%	375 319	6,70%	215 795	4,03%
Oprawy przemysłowe	136 804	1,92%	96 335	1,72%	80 620	1,51%
Oprawy ogrodowe	91 186	1,28%	73 895	1,32%	45 213	0,84%
Pozostałe	3 094 798	43,45%	1 766 044	31,55%	2 177 445	40,63%
Suma	7 122 375	100,00%	5 598 346	100,00%	5 358 628	100,00%
Dynamika	1,27	-	1,05	-	-	-

Źródło: Emitent.

5.21.2 Informacja o eksploatowanych złożach, szacunkowej wielkości zasobów oraz oczekiwanym czasie ich eksploatacji

Działalność Emitenta nie obejmuje związanej z eksploatacją złóż działalności górniczej, wydobywania węglowodorów i górnictwa odkrywkowego.

5.21.3 Informacje o otoczeniu, w jakim prowadzi działalność Lena Lighting Sp. z o.o.

5.21.3.1 Rynek sprzętu oświetleniowego

Według szacunków Zarządu wartość globalnego rynku oświetleniowego (źródła światła oraz oprawy oświetleniowe) wynosiła w 2003 roku 21 mld EUR. Struktura geograficzna sprzedaży kształtuje się następująco: Europa około 38%, Ameryka Pn. około 21%, Ameryka Pd. około 7%, natomiast Azja około 31%. Udział produkcji polskiej w globalnym rynku oświetleniowym wynosi około 2%.

Branża oświetleniowa w krajach Europy Zachodniej charakteryzuje się silną koncentracją dostawców. Większa część tego rynku zaopatrywana jest przez kilkunastu największych producentów. I tak, w zależności od grupy asortymentowej, do wiodących firm zaliczyć można: Rohrlux GmbH (oprawy przenośne), Sonlux Licht- und Elektroinstallation GmbH & Co. KG (oprawy przenośne, plafonier techniczne), Lena Lighting (oprawy przenośne), Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. (oprawy przenośne), jak również Thorn Lighting Group (Zumtobel AG Group) (oprawy przemysłowe, plafonier techniczne), OMS s.r.o. (oprawy przemysłowe), Lival (plafonier techniczne) oraz IBV Hungaria LTD. (oprawy przemysłowe).

Utrzymywanie pozycji rynkowej wiąże się z zastosowaniem nowoczesnych technologii produkcji oraz prowadzeniem intensywnej polityki marketingowej, gdzie szczególny nacisk kładziony jest na uczestnictwo w międzynarodowych wystawach targowych. Podejmowanie wymienionych działań przez producentów, jak również niepełny dostęp do know-how produkcji wysokojakościowych opraw przemysłowych, powoduje koncentrację branży i wzrost udziału potentatów rynkowych.

Charakterystyka rynku oświetleniowego w Polsce

W Polsce rynek sprzętu oświetleniowego w 2003 roku szacowany był na poziomie około 460 mln USD, co stanowi wzrost w porównaniu do 2002 roku o 13%. Wartość tego rynku, liczona jako suma wielkości produkcji sprzedanej oraz bilans obrotów zagranicznych, systematycznie wzrasta od 2001 roku.

Wartość rynku sprzętu oświetleniowego (wielkość produkcji sprzedanej oraz bilans obrotów zagranicznych) oraz jej dynamika w Polsce w latach 1998-2003 (w mln USD).

Rok	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Wartość rynku (mln USD)	398,7	395,4	381,2	393,5	407,4	459,6
Dynamika % (r/r)	109,80%	99,20%	96,40%	103,20%	103,50%	112,80%

Źródło: Raport branżowy Boss

Produkcja sprzedana w sektorze sprzętu oświetleniowego w Polsce w latach 1998-2003 (w mld zł)

Rok	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Produkcja sprzedana (mld zł)	1,52	1,70	1,94	1,98	2,16	2,41
Dynamika % (r/r)	115,8%	109,7%	112,4%	102,6%	109,1%	111,6%

Źródło: Raport branżowy Boss, GUS

Wartość produkcji sprzedanej sprzętu oświetleniowego od 1998 roku charakteryzował systematyczny wzrost, który w 2003 roku wyniósł 11,6%. W latach 1998-2003 produkcja ta wzrosła o 59%, co potwierdza dynamiczny rozwój branży oświetleniowej na terenie Polski.

Rynek sprzętu oświetleniowego można podzielić na dwa sektory. Pierwszy z nich to źródła światła (w skład tej grupy wchodzi głównie żarówki, halogeny oraz świetlówki), natomiast drugi to oprawy oświetleniowe i lampy. Według danych GUS produkcją sprzętu oświetleniowego zajmuje się w Polsce ok. 1.000 przedsiębiorstw. Są to głównie przedsiębiorstwa małe, z których większość produkuje oprawy oświetleniowe i lampy. Natomiast rynek źródeł światła jest podzielony pomiędzy kilka dużych podmiotów, wśród których dominują marki Philips oraz Osram.

Na koniunkturę na krajowym rynku oświetleniowym decydujący wpływ mają dwa czynniki:

a) rozwój popytu na rynku pierwotnym – koniunktura w budownictwie (nowe budynki wymagają m.in. montażu oświetlenia). W Polsce od 1996 roku łączna kubatura (m^3) budynków oddanych do użytkowania wzrasta. Szczególnie wyraźny przyrost nastąpił w roku 2003, kiedy to oddano do użytku o 57% więcej powierzchni niż w roku poprzednim. Według danych Głównego Urzędu Nadzoru Budowlanego w pierwszej połowie 2004 roku liczba oddanych do użytku obiektów budowlanych była o 27% niższa niż w analogicznym okresie roku 2003, jednakże w porównaniu do pierwszej połowy 2002 było to o 23% więcej. Tak wysoki wzrost w 2003 roku to wynik kilku czynników. Po pierwsze, część inwestorów (w budownictwie indywidualnym, w tym jednorodzinnym, stanowiącym prawie połowę wszystkich oddawanych do użytku obiektów budowlanych) zgłosiła wcześniej zasiedlone budynki, nie rejestrowane uprzednio w celu wydłużenia okresu korzystania z ulgi podatkowej. Po drugie, inwestorzy zgłaszali obiekty budowlane, ponieważ obawiali się zmian wprowadzanych nowelizacją Prawa budowlanego (lipiec 2003), m.in. obowiązku poddania się kontroli zgodności wybudowanego obiektu z projektem zatwierdzonym w wydanym pozwoleniu na budowę, oraz kar nakładanych w przypadkach niezgodności.

W przypadku liczby pozwoleń na budowę, w pierwszym półroczu 2004 roku odnotowany został ich silny wzrost. W porównaniu z rokiem 2003 o 28,8% w kategorii budynków jednorodzinnych, o 66,8% w budynkach wielorodzinnych oraz 52,6% w budynkach zamieszkania zbiorowego. Znacząco wzrosła również liczba pozwoleń na budynki użyteczności publicznej – aż o 75%. W pozostałych kategoriach obiektów budowlanych liczba pozwoleń na budynki przemysłowe i magazynowe wzrosła o 14,3%, spadła natomiast o 7% na budynki gospodarcze i inwentarskie.

b) rozwój popytu na rynku wtórnym – głównym czynnikiem jest popyt restytucyjny, wynikający z określonej żywotności sprzętu oświetleniowego oraz indywidualnych decyzji inwestorów przeprowadzających prace remontowe w istniejących obiektach. Według Narodowego Spisu Powszechnego zasoby mieszkaniowe w Polsce cechuje zły stan techniczny. Ponad 30% budynków mieszkalnych pochodzi z lat 1971-1988. Budynki te wymagają renowacji elewacji oraz wnętrza, a w konsekwencji montażu nowych opraw oświetleniowych.

Na rynku dystrybucji obserwowana jest tendencja do tworzenia grup zakupowych przez hurtownie, co pozwala na wynegocjowanie lepszych warunków handlowych, ograniczenie liczby dostawców i spójną politykę handlową i marketingową. Coraz większą rolę zaczynają również odgrywać sieci hurtowni. Szczególnie silna ekspansja obserwowana jest wśród zachodnich sieci dystrybucyjnych. Obecnie ponad połowa rynku hurtowni elektrotechnicznych jest już skonsolidowana, a w planach dużych sieci są kolejne przejęcia. Drugim kanałem dystrybucji jest bezpośrednia obsługa instytucji budowlanych przez producentów sprzętu oświetleniowego z pominięciem hurtowni. Wprawdzie hurtownie walczą o klientów, jednakże indywidualni producenci posiadają znaczną przewagę cenową.

Od 1999 roku w Polsce występuje nadwyżka eksportu sprzętu oświetleniowego nad importem i charakteryzuje się ona tendencją wzrostową. Głównymi dostawcami zagranicznymi do Polski są Niemcy oraz Holandia, następnie Francja, Chiny, Belgia oraz Węgry. Import sprzętu oświetleniowego w 2003 roku wyniósł 254,7 mln USD. W tym samym roku eksport kształtował się na poziomie 415,1 mln USD i był o 63% wyższy od importu. W podziale na sektory udział eksportu źródeł światła stanowi około 60% ogólnej wartości wywozu, natomiast oprawy i osprzęt to 40%. Polska eksportuje swoje produkty z branży oświetleniowej głównie do Holandii oraz Francji, a także do Wielkiej Brytanii, Litwy, Stanów Zjednoczonych oraz Niemiec.

W najbliższych latach przewidywane jest utrzymanie się trendu wzrostowego w budownictwie mieszkaniowym oraz prawdopodobny wzrost nakładów gospodarstw domowych na remonty zasobów mieszkaniowych. Sytuacja taka stwarza korzystne perspektywy dotyczące popytu na sprzęt oświetleniowy przeznaczony do wnętrz mieszkalnych (także garaży, piwnic, klatek schodowych itp.). Ponadto wraz z rozwojem gospodarki i dostępem do funduszy unijnych prognozuje się wzrost nakładów na inwestycje, co z kolei może pozytywnie wpłynąć na rozwój budownictwa. Zakłada się, że stabilny popyt restytucyjny oraz widoczne ożywienie koniunktury w polskiej gospodarce będą miały pozytywny wpływ na wzrost popytu na sprzęt oświetleniowy w nadchodzących latach i stworzą korzystne perspektywy dla rozwoju tego sektora.

Pozycja rynkowa Lena Lighting Sp. z o.o.

Udział Lena Lighting Sp. z o.o. w rynku sprzętu oświetleniowego został obliczony na podstawie danych GUS dotyczących produkcji sprzedanej sprzętu oświetleniowego dla rynku polskiego (klasyfikowanej wg PKWiU pod numerami 31.50).

	2003	2002
Produkcja sprzedana ogółem (mln złotych)	2 073	1 879
Udział Lena Lighting Sp. z o.o.	1,86%	1,37%

Źródło: GUS, Emitent.

Udział Spółki, liczony na podstawie produkcji sprzedanej, kształtował się na poziomie 1,37% w 2002 roku oraz na poziomie 1,86% w 2003 roku.

Konkurencja

Poniżej zostali przedstawieni główni konkurenci Lena Lighting Sp. z o.o. na rynku krajowym w zakresie produkcji sprzętu oświetleniowego w podziale na główne produkty.

Kategoria produktu	Nazwa spółki	Siedziba
Oprawy przemysłowe	Philips Lighting Farel Mazury Sp. z o.o. Agalight Centrum Sp. z o.o. Zakłady Sprzętu Oświetleniowego Elgo Es-system Spółka Akcyjna Światło System Plexiform Jacek Bieniał	Polska
Oprawy biurowe	Philips Lighting Farel Mazury Sp. z o.o. Agalight Centrum Sp. z o.o. Światło System Plexiform Jacek Bieniał Zakłady Sprzętu Oświetleniowego Elgo Es-system Spółka Akcyjna	Polska
Oprawy przenośne	Brak konkurencji wśród producentów	
Plafonier	Philips Lighting Farel Mazury Sp. z o.o. Massive Polska Sp. z o.o. Mikro-Lux Sp. z o.o.	Polska
Oprawy ogrodowe	Zakład Produkcji Sprzętu Oświetleniowego „Rosa” – Stanisław Rosa Massive Polska Sp. z o.o.	Polska

Źródło: Emitent

5.21.4 Główne rynki zbytu

Szczegółowe dane dotyczące struktury sprzedaży prezentuje poniższa tabela:

Przychody ze sprzedaży	2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Wyroby własne	38 840	82,81%	32 935	85,41%	21 271	82,86%
Kraj	38 840	82,81%	32 935	85,41%	21 271	82,86%
Zagranica	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Towary	7 669	16,35%	5 582	14,47%	4 341	16,91%
Kraj	7 669	16,35%	5 582	14,47%	4 341	16,91%
Zagranica	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Usługi	391	0,84%	46	0,12%	59	0,23%
Kraj	391	0,84%	46	0,12%	59	0,23%
Zagranica	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Przychody netto ze sprzedaży	46 900	100,00%	38 563	100,00%	25 671	100,00%

Źródło: Emitent.

Głównymi odbiorcami wyrobów Lena Lighting Sp. z o.o. były Lena Sp. z o.o. oraz Lena Electric Sp. z o.o. Spółki te zajmowały się dystrybucją produktów i towarów na terenie Polski oraz za granicą. Obecnie spółki te wraz z Lena Lighting Sp. z o.o. tworzą jeden podmiot Lena Lighting S.A. W latach 2002-2004 przychody ze sprzedaży do tych dwóch najważniejszych odbiorców przynosiły około 90% ogółu przychodów ze sprzedaży Lena Lighting Sp. z o.o.

5.21.5 Sezonowość produkcji i rynków zbytu oraz zmiana struktury wartości zapasów

5.21.5.1 Sezonowość sprzedaży

Tabela poniżej przedstawia kwartalną wartość sprzedaży [w tys. zł]

Lata / kwartały (stan na koniec)	I kw.	II kw.	III kw.	IV kw.
2004	9 817	9 745	12 262	15 076
2003	7 722	7 416	9 465	13 960
2002	5 586	4 658	6 793	8 634

Źródło: Emitent.

5.21.5.2 Zmiana struktury wartości zapasów

W poniższej tabeli przedstawiono szczegółowo kształtowanie się struktury i wartości zapasów Lena Lighting Sp. z o.o. na przestrzeni ostatnich trzech lat w tys. złotych.

lata / kwartały (stan na koniec)	I kw.	II kw.	III kw.	IV kw.
2004, w tym:	6 704	7 712	7 782	12 740
Materiały	5 332	5 958	6 305	7 109
Półprodukty i produkty w toku	-	-	-	-
Produkty gotowe	433	761	672	1 671
Towary	939	993	805	3 529
Zaliczki na poczet dostaw	-	-	-	431
2003, w tym:	4 060	4 620	4 760	6 182
Materiały	2 911	2 963	3 348	4 973
Półprodukty i produkty w toku	-	-	-	-
Produkty gotowe	328	702	412	337
Towary	821	955	1 000	872
Zaliczki na poczet dostaw	-	-	-	-
2002, w tym	2 691	2 781	3 407	3 691
Materiały	1 982	1 863	2 247	2 711
Półprodukty i produkty w toku	-	-	-	-
Produkty gotowe	284	269	373	208
Towary	425	649	787	772
Zaliczki na poczet dostaw	-	-	-	-

Źródło: Emitent.

5.21.6 Wartość sprzedaży w okresie ostatnich trzech lat

Wartość sprzedaży Lena Lighting Sp. z o.o. z podziałem na rodzaje działalności gospodarczej i strukturę geograficzną rynków zbytu prezentuje poniższa tabela:

Przychody ze sprzedaży	2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Wyroby własne	38 840	82,81%	32 935	85,41%	21 271	82,86%
Kraj	38 840	82,81%	32 935	85,41%	21 271	82,86%
Zagranica	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Towary	7 669	16,35%	5 582	14,47%	4 341	16,91%
Kraj	7 669	16,35%	5 582	14,47%	4 341	16,91%
Zagranica	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Usługi	391	0,84%	46	0,12%	59	0,23%
Kraj	391	0,84%	46	0,12%	59	0,23%
Zagranica	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Przychody netto ze sprzedaży	46 900	100,00%	38 563	100,00%	25 671	100,00%

Źródło: Emitent.

5.21.7 Źródła zaopatrzenia w materiały do produkcji, towary i usługi

Strukturę zaopatrzenia Lena Lighting Sp. z o.o. prezentuje poniższa tabela.

Dostawcy	2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Materiałów	34 349	91,46%	25 798	87,26%	14 742	80,12%
Towarów	3 208	8,54%	3 765	12,74%	3 657	19,88%
Usług	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Łącznie	37 557	100%	29 563	100,00%	18 399	100,00%

Źródło: Emitent.

Strukturę geograficzną źródeł zaopatrzenia prezentuje poniższa tabela:

	2004		2003		2002	
	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)	(tys. zł)	(%)
Dostawcy zagraniczni	37 557	100%	29 563	100%	18 399	100%
Dostawcy krajowi	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%

Źródło: Emitent.

Spółka zaopatruje się w materiały i towary u dwóch najważniejszych dostawców: Lena Sp. z o.o. oraz Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A. Pawlak. Lena Sp. z o.o. jest dostawcą wszystkich materiałów i towarów kupowanych poza granicami Polski. Natomiast Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A. Pawlak wykonywał części na formach i częściowo na maszynach należących do Lena Lighting Sp. z o.o.

5.21.8 Uzależnienie od odbiorców i dostawców

Poniższa tabela prezentuje dostawców Lena Lighting Sp. z o.o., których udział w kosztach zakupów w grupach: materiałów do produkcji i towary ogółem wynosi co najmniej 10% lub zachodzą inne okoliczności stwarzające możliwość uzależnienia:

2004		2003		2002	
Dostawca	Udział	Dostawca	Udział	Dostawca	Udział
Lena Sp. z o.o.	31,69%	Lena Sp. z o.o.	31,45%	Lena Sp. z o.o.	23,40%
Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A. Pawlak	14,44%	Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A. Pawlak	14,77%	Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A. Pawlak	16,20%
				Kontrahent 11	11,09%

Źródło: Emitent.

Importers wszystkich materiałów i towarów kupowanych poza granicami Polski na rzecz Lena Lighting Sp. z o.o. była Lena Sp. z o.o. Drugim ważnym dostawcą Lena Lighting Sp. z o.o. był podmiot Wytwarzanie Wyrobów z Tworzyw Sztucznych A. Pawlak, który wykonywał części na formach i częściowo na maszynach należących do Lena Lighting Sp. z o.o., co ograniczało uzależnienie od niego Lena Lighting Sp. z o.o. Kontrahent 11, którego wartość dostaw w roku 2002 przekroczyła 10%, w następnych latach poprzez pozyskanie nowych dostawców materiałów zmniejszył swój udział w kosztach zakupu.

Poniższa tabela prezentuje odbiorców Lena Lighting Sp. z o.o., których udział w przychodach ze sprzedaży ogółem wynosi co najmniej 10% lub zachodzą inne okoliczności stwarzające możliwość uzależnienia:

2004		2003		2002	
Dostawca	Udział	Dostawca	Udział	Dostawca	Udział
Lena Sp. z o.o.	56,47%	Lena Sp. z o.o.	60,42%	Lena Sp. z o.o.	61,13%
Lena Electric Sp. z o.o.	32,77%	Lena Electric Sp. z o.o.	31,92%	Lena Electric Sp. z o.o.	29,68%

Źródło: Emitent.

Głównymi odbiorcami wyrobów Lena Lighting Sp. z o.o. były Lena Sp. z o.o. oraz Lena Electric Sp. z o.o. Spółki te zajmowały się dystrybucją produktów i towarów na terenie Polski oraz za granicą. Obecnie spółki te wraz z Lena Lighting Sp. z o.o. tworzą jeden podmiot Lena Lighting S.A.