



R REDAN SA
TOP SECRET TROLL drywash TXM

Prezentacja wyników za 1H 2017 r.

Warszawa, 29 sierpnia 2017 r.



Segmenty Grupy Redan

REDAN SA

rynek modowy

TOP SECRET EXPRESS YOURSELF... TROLL DryWash



rynek dyskontowy

TXM





Wyniki Grupy Redan w okresie 1H 2017 r.

Wybrane pozycje. Dane w mln zł	1H 2017 r.	1H 2016 r.	zmiana %
Sprzedaż	283,6	285,5	-0,7%
Marża handlowa	123,5	120,2	2,7%
<i>marża %</i>	43,5%	42,1%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	137,4	121,0	13,5%
Wynik na działalności operacyjnej	-14,1	-1,1	
Saldo przychodów i kosztów finansowych	-1,7	1,0	
RK z przeliczenia sprawozdań jednostek zagranicznych	-1,2	-0,3	
Wynik całkowity	-15,0	-2,9	-424%
Wynik całkowity przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	-9,3	-4,3	

- Przeciwnastawne tendencje w obu segmentach:
 - **Segment dyskontowy:** radykalne **pogorszenie wyników** spowodowane brakiem wzrostu sprzedaży proporcjonalnego do rozwoju sieci sklepów
 - **Segment mody:** znacząca **poprawa wyników** dzięki zwiększeniu marży i obniżeniu kosztów sprzedaży i ogólnego zarządu



Wyniki Top Secret

Wybrane pozycje. Dane w mln zł	1H 2017 r.	1H 2016 r.	zmiana %
Sprzedaż	115,0	117,6	-2,2%
Marża handlowa	50,9	49,1	3,8%
<i>marża %</i>	44,3%	41,7%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	50,5	55,3	-8,6%
Wynik na sprzedaży	0,4	-6,2	
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych	0	0	
Wynik na działalności operacyjnej	0,4	-6,2	
Saldo przychodów i kosztów finansowych	-1,2	1,5	
Wynik przed opodatkowaniem	-0,8	-4,8	

- Radykalna poprawa wyniku na sprzedaży **+6,6 mln zł r/r**
- Jej źródłem jest **wzrost marży handlowej** przy jednoczesnym **spadku kosztów**
- Przeniesienie dystrybucji marki Troll do e-commerce spowodowało zmniejszenie sieci sklepów tego brandu i sprzedaży o 6 mln zł r/r

Osiągnięty próg rentowności po I H na wyniku na sprzedaży !



Top Secret – źródła wzrostu marży handlowej

- Dopasowanie kolekcji do różnych potrzeb klientów poprzez jej odpowiednie zróżnicowanie stylistyczne, użytkowe i asortymentowe
- Zróżnicowanie kolekcji pod kątem cenowym od niskich progów cenowych po relatywnie wysokie progi uzasadnione lepszą jakością
- Odpowiedni moment wprowadzenia kolekcji do sklepów w czasie kiedy klienci najbardziej jej poszukiwali
- Zmniejszenie skali wyprzedaży towarów z poprzednich sezonów w związku z ich mniejszymi ilościami
- Skuteczne akcje wyprzedażowe mid season sale w kwietniu i w maju oraz początek wyprzedaży w czerwcu





Top Secret – oszczędności kosztowe

- Zmniejszenie wartości prowizji franczyzowych (o 8%)
 - ograniczenie sieci sklepów marki Troll, której dystrybucja jest przenoszona do e-commerce
- Zmniejszenie kosztów utrzymania sklepów własnych
 - rezultat eliminacji nierentownych placówek
- Ograniczenie kosztów logistyki
 - wzrost wydajności
 - zmniejszenie skali operacji - zostało mniej towarów z poprzednich sezonów do wyprzedania
- Oszczędności kosztów na poziomie centrali





Top Secret – perspektywy rozwoju

- Pozytywne tendencje z ostatnich okresów kontynuowane także w lipcu i sierpniu
- Wyraźnie wyższa marża handlowa w sklepach Top Secret w Polsce



Segment fashion powinien zakończyć 2017 rok z zyskiem



Wyniki Grupy TXM



Wybrane pozycje. Dane w mln zł*	1H 2017 r.	1H 2016 r.	zmiana %
Sprzedaż	168,5	167,9	0,4%
Marża handlowa	72,6	71,1	2,0%
<i>marża %</i>	43,1%	42,4%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	86,6	65,3	32,6%
Wynik na sprzedaży	-14,0	5,9	
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych	-0,2	-0,2	
Wynik na działalności operacyjnej	-14,2	5,7	
Saldo przychodów i kosztów finansowych	-0,4	-0,3	
Wynik przed opodatkowaniem	-14,6	5,4	

*Dane skonsolidowane

- Osiągnięte wyniki są istotnie niższe niż oczekiwane
- Obecnie kluczowy jest proces przywrócenia optymalnego **załowarowania**, a tym samym potencjału sprzedażowego
- Problemy miały charakter **wewnętrzny**. Otoczenie rynkowe jest sprzyjające, odzieżowy rynek dyskontowy rośnie, co powoduje że odwrócenie niekorzystnych tendencji będzie łatwiejsze



TXM – długookresowe źródła generowania zysków

- Wzrost udziału importu własnego zapewniającego wyższą marżę niż przy zakupach krajowych
- Dostosowanie oferty do zmieniających się potrzeb klientów
- Zwiększenie efektywności procesów logistycznych
- Rozwój sieci sklepów



Zmotywowany zarząd TXM z nowym prezesem Marcinem Gregorowiczem



Podsumowanie

- TXM osiągnęło w pierwszym półroczu rezultaty znacznie poniżej oczekiwań, przez co wyniki w skali całego roku również nie będą udane. Problemy miały jednak charakter wewnętrzny. Sytuacja rynkowa jest natomiast sprzyjająca, co przy atrakcyjnym modelu biznesowym ułatwia odbudowanie potencjału sprzedażowego.
- Top Secret będzie w tym roku miało istotnie lepszy wynik niż w roku poprzednim. Wpływ na to mają skuteczne zmiany w kolekcji w połączeniu z optymalizacją kosztową. Segment mody ten rok powinien zakończyć na wyraźnym plusie.





Kontakt

Redan SA:

ul. Żniwna 10/14, 94-250 Łódź

centrala: (42) 617 71 00

faks: (42) 617 71 22

e-mail: redan@redan.com.pl

Za relacje z mediami oraz inwestorami odpowiada:

Agencja Tauber Promotion

(22) 833 25 02

e-mail: redan@tauber.com.pl





Sieć sprzedaży – 684 sklepów (stan na 30.06.2017 r.)

	Sklepy własne	Franczyza	Kornery	Outlety	Suma
rynek dyskontowy					
Polska	354				354
zagranica	44				44
Razem dyskontowy	398				398
rynek modowy					
Polska	25	167	10	39	241
Rosja	-	7	-	-	7
Ukraina	7	27	0	4	38
Razem modowy	32	201	10	43	286
GK REDAN	430	201	10	43	684