



R REDAN SA

TOP SECRET EXPRESS TOURSLET **TROLL** **DRWASH** **TXM** textilmarket

Prezentacja wyników za 1H 2016 r.

Warszawa, 30 sierpnia 2016 r.



Segmenty Grupy Redan



TOP SECRET EXPRESS YOURSELF TROLL DryWash



TXM textilmarket





Wyniki Grupy Redan w IH 2016 r.

Wybrane pozycje. Dane w mln zł	IH 2016 r.	IH 2015 r.	zmiana %
Sprzedaż	285,5	255,8	12%
Marża handlowa	120,2	106,2	13%
<i>marża %</i>	42,1%	41,5%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	121,0	107,3	13%
Wynik na działalności operacyjnej	-1,1	-1,0	
Saldo przychodów i kosztów finansowych	1,0	-2,9	
RK z przeliczenia sprawozdań jednostek zagranicznych	-0,3	-1,4	
Wynik całkowity	-2,9	-6,8	

- Osiągnięte wyniki w 1H są lepsze przede wszystkim dzięki znaczącej poprawie wyników uzyskanych w 2q
 - w 2q poprawa wyniku na sprzedaży aż o 4 mln zł (w ujęciu r./r.), po słabym 1q (-3,7 mln zł)
- Poprawa salda operacji finansowych, głównie dzięki obniżeniu kosztów finansowania długu oraz pozytywnych efektów zarządzania pozycją walutową

WYNIK CAŁKOWITY LEPSZY O BLISKO 4 MLN ZŁ NIŻ ROK WCZEŚNIEJ



Wyniki segmentu modowego

Dane w mln zł	1H 2016 r.	1H 2015 r.	zmiana %
Sprzedaż	117,6	115,1	2%
Marża handlowa	49,1	48,8	0,4%
<i>marża %</i>	41,7%	42,4%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	55,6	55,3	0,5%
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych	0	0,4	
Saldo przychodów i kosztów finansowych	1,5	-1,7	
Wynik przed opodatkowaniem	-5,1	-7,5	32%

- Stabilizacja skali działalności
- Wyraźny podział na
 - I kwartał – z dużym udziałem wyprzedażowej kolekcji JZ15 – niższa marża r./r.
 - II kwartał – w którym widać efekty zmian w strukturze kolekcji – wzrost marży o 1,5 p.p. r./r.
- Optymalizacja kosztów
- Zysk na operacjach finansowych



Wpływ kolekcji na wyniki

- I kwartał – przedłużona wyprzedaż towarów z sezonu JZ15
 - w celu wyprzedania ich jak największej liczby
 - => obniżenie marży głównie w marcu
- II kwartał – widoczne efekty zmian w strukturze kolekcji:
 - zwiększenie udziału lata w kolekcji WL16
 - letni charakter pierwszych wejść kolekcji JZ16
 - => lepsze dopasowanie do potrzeb klientów pozwoliło na sprzedaż z mniejszymi upustami, a tym samym wyższe marże
- Obniżka cen zakupu (w USD):
 - na kolekcji WL15 o 8% r./r.
 - prognozowana zmiana cen zakupu dla kolekcji JZ16
 - o 10% r/r



ZMIANY W KOLEKCJI KLUCZEM DO POPRAWY WYNIKÓW



Koszty pod kontrolą a operacje finansowe na plusie

- Stabilny poziom kosztów bieżących
 - **zmniejszenie o 3,2 mln zł** r/r kosztów utrzymania sklepów własnych w Polsce
 - wzrost prowizji franczyzowych zgodny ze zmianami sprzedaży, ale **dotatkowe przychody z usług marketingowych**
 - **wyższe koszty logistyki** – dodatkowe procesy konieczne do przerobienia stoku i wyższe wynagrodzenia minimalne
 - **zmniejszenie kosztów marketingu** – to będzie szczególnie widoczne w II połowie roku
- Zysk na operacjach finansowych + 1,5 mln zł
 - **+ 1 mln zł** dodatnich różnic kursowych, w tym +0,6 mln zł zysku na transakcjach zabezpieczających
 - **+0,7 mln zł** na rozwiązaniu rezerw na gwarancje czynszowe dotyczące sklepów, co do których istniało ryzyko, że zostaną zamknięte, warunki najmu zostały jednak renegocjowane
 - **-0,3 mln zł** odsetek
 - w 2015 r. była to strata na poziomie 1,7 mln zł



ZMNIJSZENIE KOSZTÓW BIEŻĄCYCH BĘDZIE POPRAWIAĆ WYNIK



Wyniki segmentu dyskontowego

Dane w mln zł	1H 2016 r.	1H 2015 r.	zmiana %
Sprzedaż	167,9	140,7	19%
Marża handlowa	71,1	57,3	24%
<i>marża %</i>	42,4%	40,7%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	65,3	51,2	28%
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych	-0,2	-0,1	
Saldo przychodów i kosztów finansowych	-0,3	-0,9	
Wynik przed opodatkowaniem	5,4	5,2	5%

- Stabilny wzrost
- W 2 kwartale zysk przed opodatkowaniem zwiększył się o +26% r./r. i pozwolił na odrobienie pogorszenia wyniku w I kwartale.
- Głównymi źródłami sukcesu są:
 - wzrost marży handlowej o 1,7pp r./r.
 - wzrost powierzchni sieci sklepów na 30.06.2016 o 20 %.
- W drugiej połowie br. wyniki TXM obciążony podatek od obrotów sieci handlowych.



Źródła wzrostu zysków TXM: wzrost marży handlowej

- Marża handlowa w II kwartale osiągnęła 43,4%
 - wzrost marży na wszystkich grupach asortymentowych
 - **oferta lepiej dopasowana do potrzeb klientów**
wzrost marży na towarach kupowanych zarówno w Polsce (o +1,1p.p. r./r.) jak i w imporcie bezpośrednim (+3,5p.p.)
 - **rosnący udział towarów z importu**
w I półroczu symbolicznie o 1p.p. (do 12%), ale w II półroczu będzie dużo szybszy, a na tym towarze marża jest o kilka punktów procentowych wyższa
 - mniejsze niedobory inwentaryzacyjne (powiększają koszt sprzedanych towarów, a przez to pomniejszają marżę)



ROSNĄCY UDZIAŁ IMPORTU PODSTAWĄ WZROSTU MARŻY



Źródła wzrostu zysków TXM: rozwój sieci sklepów

Powierzchnia sklepów TXM textilmarket

w tys m kw	30.06.2015	30.06.2016	31.12.2016P
Polska	69,4	77,1	85,3
Zagranica	0,9	7,5	15,3
Razem	70,4	84,6	100,6

- Wdrażamy nowy koncept sklepu o powierzchni 350-400 m.kw.
- Na koniec 2016 r. będą to już 72 lokalizacje (17% sklepów)
- Pozwala na poszerzenie oferty o towary spoza samej odzieży zmniejszając ekspozycję na wahania pogody oraz podwyższając marżę, a także poprawia doświadczenie zakupowe klientów (większy komfort)



STABILNY ROZWÓJ W POLSCE I DYNAMICZNY ZAGRANICĄ



Podsumowanie

- Udany drugi kwartał w obu segmentach, co pozwoliło odrobić słabsze wyniki z pierwszego kwartału
- Zmiany w kolekcji oraz oszczędności powinny pozwolić na poprawę wyników segmentu modowego w II półroczu
- Kontynuacja pozytywnych tendencji powinna zapewnić wzrost zysku segmentu dyskontowego w całym 2016 r.





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 – 724 sklepów (stan na 30.06.2016 r.)

	Sklepy własne	Franczyza	Kornerzy	Outlety	Suma
rynek dyskontowy					
Polska	344				344
zagranica	25				25
Razem dyskontowy	369				369
rynek modowy					
Polska	29	174	75	36	314
Rosja	-	11	-	-	11
Ukraina	6	22	0	2	30
Razem modowy	35	207	75	38	355