



R REDAN SA

TOP SECRET
EXPRESS YOURSELF

TROLL

drywash

TXM
textilmarket

Prezentacja wyników za 2014 r.

Warszawa, 19 marca 2015 r.



Filary Grupy Redan

R REDAN SA



rynek dyskontowy

TXM
textilmarket



rynek modowy

TOP SECRET **TROLL** DryWash
EXPRESS YOURSELF





Wyniki Grupy Redan w 2014 r.

Wybrane pozycje. Dane w mln zł	2014 r.	2013 r.	zmiana %
Sprzedaż	504,0	468,8	7,5%
Marża handlowa	213,3	197,4	8,1%
<i>marża %</i>	42,3%	42,1%	
Wynik operacyjny	12,4	6,3	96%
Saldo przychodów i kosztów finansowych	- 11,7	-2,6	
Podatek dochodowy	+9,0	-0,2	
Wynik netto	9,7	2,9	227%
Wynik całkowity	9,0	2,8	224%

Podwojenie EBIT r/r:

- +8,6 mln zł TXM
- +2,3 mln zł Fashion w Polsce
- - 1,6 mln zł Fashion za granicą

- -8,7 mln zł - strata na wycenie pozycji walutowej
- +9,0 mln zł podatku dochodowego, w wyniku utworzenia aktywa na odroczonego podatek dochodowy
- zysk na sprzedaży 25,12% akcji TXM do funduszu 21 Concordia wykazany tylko w bilansie (nie w RZiS)
-> podwyższenie kapitałów własnych o **31,2 mln zł**.

UDANY ROK



Kluczowe zdarzenia poza podstawową działalnością wpływające na wynik Grupy w 2014 r.

Wynik operacyjny
12,3 mln zł

-5,6
mln
zł

osłabienie ukraińskiej hrywny względem USD

- dewaluacja o 97% r/r na 31.12.2014
- zobowiązania w USD spółki ukraińskiej wobec Redan 31.12.2014
- radykalne i trwałe zmniejszenie tych zobowiązań
-> **eliminacja większości tego ryzyka**

osłabienie PLN względem USD

- dewaluacja o 16 % r/r na 31.12.2014
- zobowiązania w USD wobec dostawców towarów
- w lutym 2015 r. wdrożenie aktywnej strategii zabezpieczania ekspozycji walutowej
-> **istotne zmniejszenie tego ryzyka** w średnim okresie czasu

-3,2
mln
zł

-0,6

- **ujemne różnice kursowe** z przeliczenia sprawozdań zagranicznych spółek zależnych w związku z osłabieniem ukraińskiej hrywny i rubla wobec złotego
- tego ryzyka nie wyeliminujemy, ale je zminimalizowaliśmy

Wynik całkowity
9,0 mln zł

+9,0
mln
zł

- +12,7 mln zł jak utworzenie aktywa na odroczone podatki dochodowe
- -3,7 mln zł zapłaconego CIT

ISTOTNE ZMNIEJSZENIE RYZYKA UJEMNYCH RÓŻNIC KURSOWYCH W 2015 R.



Wyniki sektora modowego

Dane w mln zł	2014 r.	2013 r.	zmiana %
Sprzedaż	228,1	229,7	-0,7%
Marża handlowa	97,3	100,2	-2,9%
<i>marża %</i>	<i>42,6%</i>	<i>43,6%</i>	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	103,4	103,8	↓
Wynik na sprzedaży	-6,1	-3,6	↓
Wynik na działalności operacyjnej	-7,0	-6,3	
Polska	6,0	3,7	64%
zagranica	0,3	1,9	-85%
wyprzedaż stoków	-3,8	-3,1	24%
centrala	-9,5	-8,7	9%

widoczne efekty wprowadzanych zmian

wpływ niezależnych negatywnych czynników

błędy w historycznych zamówieniach i kolekcjach

inwestycja w kompetencje

WIDOCZNE EFEKTY ZMIAN W WYNIKACH W POLSCE



Wyzwania sektora modowego

Źródła poprawy

- **zmiany w ofercie produktowej** – poprawa dopasowania kolekcji do rynku i pory roku
- **zmiany w sposobie zarządzania zapasem** – asortyment sezonowy wprowadzany dokładnie w momencie zapotrzebowania przez Klientów
- **poprawa rozpoznawalności marki Top Secret** – intensyfikacja działań marketingowych
- **poprawa rentowności sieci sprzedaży** – zrównoważony rozwój ilościowy i jakościowy
- Zmniejszanie skali działalności na Wschodzie



Spodziewane efekty

- sprzedaż większej części towarów w pierwszych cenach: wzrost cen -> wzrost sprzedaży -> **wzrost marży**
- zgodnie z założeniami wprowadziliśmy kolekcję wiosna/lato 2015 do sklepów -> wzrost sprzedaży sklepów porównywalnych -> **wzrost marży brutto**
- zaproszenie do naszych sklepów nowych klientów: wzrost sprzedaży -> **wzrost marży brutto**
- zamykamy najstarsze sklepy i otwieramy w nowych bardzo perspektywicznych lokalizacjach
- Sprzedaż w sklepach porównywalnych w 2014 r. wzrosła o 7% w Polsce
- w 2015 r. planujemy zwiększenie sieci o ok. 20 nowych sklepów w Polsce
- Ograniczenie ryzyka niekontrolowanych wypadków politycznych
- W 2014 r. zmniejszenie udziału sprzedaży zagranicznej do 19% (z 29% w 2013 r.)



Wyniki sektora dyskontowego

Dane w mln zł	2014 r.	2013 r.	zmiana %
Sprzedaż	275,9	239,1	15,4%
Marża handlowa	116,1	97,2	19,5%
<i>marża %</i>	42,1%	40,6%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	92,5	82,0	
Wynik na sprzedaży	23,6	15,2	56%
Wynik na działalności operacyjnej	21,6	13,1	66%

- EBIT wzrósł o **8,6 mln zł**
- sprzedaż w sklepach porównywalnych wzrosła r./r. o **7,4%**
-> **wyniki rosą intensywnie**, a nie tylko dzięki rozwojowi sieci sklepów
- dynamika zysku przekracza znacznie poziom osiągnięty w poprzednim roku
-> **wynik rośnie coraz szybciej**
- bardzo dobry wynik został zrealizowany pomimo: łagodnej zimy niesprzyjającej handlowi odzieżą oraz poniesienia dodatkowych kosztów wynikających ze start-upów zagranicznego i internetowego

BARDZO DOBRE WYNIKI TXM I PERSPEKTYWA ICH DALSZEGO WZROSTU



Kluczowe elementy sukcesu sektora dyskontowego

- **Systematyczne powiększanie sieci sprzedaży** – poza rozwojem w mniejszych miejscowościach wchodzimy też do dużych aglomeracji (m.in. w Warszawie i Poznaniu). Sprzedaż w kanale internetowym (www.txm24.pl) znacznie przekracza założenia,
- **Nieustanna praca nad uatrakcyjnieniem oferty towarowej** – uwzględnienie trendów odzieżowych w danych sezonach jak i oczekiwań klientów,
- **Konsekwentne realizowanie założeń polityki zakupowej** – TXM praktycznie co tydzień wprowadza do swoich sklepów znaczącą ilość nowych modeli i wzorów,
- **Efektywne akcje marketingowe** – marketing produktowy, głównie poprzez gazetki i plakaty promocyjne z kolportażem bezpośrednim,
- **Systematyczny rozwój modelu agencyjnego** – blisko połowa sieci TXM funkcjonuje jako sklepy agencyjne, w których zarządzający sklepem prowadzi własne mikro przedsiębiorstwo świadczące usługę sprzedaży,
- **Optymalizacja kosztów funkcjonowania** - TXM prowadzi bardzo restrykcyjną politykę kontroli kosztów.

- Realizowane działania przełożą się na dalszy intensywny wzrost sprzedaży i marży w sklepach porównywalnych
- W 2015 r. otwarcie ok. 50 nowych sklepów, po połowie w Polsce i zagranicą (Czechy, Słowacja, Rumunia) -> ok. 13% wzrost r/r





TXM w drodze na GPW

Dokonane i planowane działania związane z IPO TXM:

- zmiany nazwy spółki na TXM SA (dotychczas Adesso S.A.)
– w celu lepszej identyfikacji spółki z prowadzoną działalnością,
- finalizujemy wybór biura maklerskiego, które będzie realizowało projekt,
- duża część prospektu jest już przygotowana – w związku z emisją akcji serii S i T Redan został opracowany prospekt emisyjny, który zawiera dużą część informacji także na temat TXM.
- złożenie prospektu TXM do KNF planujemy na połowę br.



AKCJE TXM NA GPW DO KOŃCA 2015 R.



Podsumowanie

- Udany rok 2014: dwukrotnie lepszy EBIT r/r, trzykrotnie wyższy zysk netto, zrealizowane z sukcesem skomplikowane projekty kapitałowe
- TXM: wyniki bardzo dobre, lepsze od oczekiwanych, z dużym potencjałem wzrostu
- Fashion: wzrost zysku w Polsce, wpływ negatywnych czynników zewnętrznych, wyraźne przełamanie i dowód sensu istnienia przed nami





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 – 669 sklepów (stan na 31.12.2014 r.)

	Sklepy własne	Franczyza	Kornerzy	Suma
rynek dyskontowy				
Polska	305			305
zagranica	4			4
Razem dyskontowy	309			309
rynek modowy				
Polska	33	179	94	306
Rosja	-	22	-	22
Ukraina	8	24	0	32
Razem modowy	41	225	94	360