



**Sprawozdanie  
z działalności Grupy Kapitałowej REDAN  
w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2011 r.**

Łódź, 30 sierpnia 2011 r.

Spis treści

<b>1. KOMENTARZ ZARZĄDU DO WYNIKÓW GRUPY KAPITAŁOWEJ REDAN</b>	<b>3</b>
<b>2. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ REDAN</b>	<b>4</b>
Marki i kanały dystrybucji	4
Struktura sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan wg kanałów dystrybucji	5
Struktura geograficzna sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan	7
Sieć sprzedaży	7
<b>3. SYTUACJA FINANSOWA GRUPY REDAN</b>	<b>8</b>
Rachunek zysków i strat	8
Bilans	10
Rachunek przepływów pieniężnych	12
Analiza wskaźnikowa wyników	12
<b>4. PODZIAŁ WYNIKU GRUPY REDAN NA KANAŁY DYSTRYBUCJI (MARKI)</b>	<b>14</b>
Wynik rynku dyskontowego	15
Wynik rynku modowego	18
<b><u>STANOWISKO ZARZĄDU ODNOŚNIE DO MOŻLIWOŚCI ZREALIZOWANIA WCZEŚNIEJ PUBLIKOWANYCH PROGNOZ WYNIKÓW NA DANY ROK</u></b>	<b>21</b>
Wskazanie czynników, które w ocenie emitenta będą miały wpływ na osiągnięcie przez niego wyniki w kolejnych okresach	21
Czynniki mogące mieć wpływ na funkcjonowanie Grupy Redan	21
<b>5. INFORMACJE DODATKOWE</b>	<b>26</b>
Odbiorcy	26
Dostawcy	26
Dodatkowe informacje	27
Umowy ubezpieczenia	27
Umowy akcjonariuszy Redan S.A. wpływające na działalność Grupy Redan	27
Informacje o zaciągniętych kredytach, umowach pożyczek i udzielonych poręczeniach i gwarancjach	27
Emisje papierów wartościowych	28
Transakcje z podmiotami powiązаныmi	28
Objaśnienia dotyczące sezonowości lub cykliczności działalności emitenta w prezentowanym okresie	29
Zatrudnienie	29
Osiągnięcia w zakresie badania i rozwoju	29
Oddziaływanie na środowisko	29
Dywidenda	29
Zdarzenia po dniu bilansowym	29
Organizacja Grupy Redan	29
Wykaz jednostek podlegających konsolidacji	30
Organy zarządzające i nadzorujące	32
Akcjonariusze	33
Stan posiadania akcji własnych przez REDAN SA, jednostki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej oraz osoby działające w ich imieniu	33
<b><u>OŚWIADCZENIE ZARZĄDU</u></b>	<b>34</b>

## 1. Komentarz Zarządu do wyników Grupy Kapitałowej REDAN

Wyniki I połowy roku są istotnie lepsze niż za ten sam okres 2010 r. Jeżeli uwzględni się zdarzenia nieporównywalne (głównie przesunięcie pomiędzy półrociami inwentaryzacji w sklepach sieci Textilmarket oraz jednorazowe oszczędności na kosztach finansowych), to wynik byłby jeszcze lepszy. Jest to zasługa przede wszystkim bardzo dobrego drugiego kwartału za który wynik netto wyniósł 3,1 mln zł wobec 1,7 mln zł rok temu.

Uzyskany zysk netto jest zgodny z założonym w planie na I połowę 2011 r. pomimo, że przychody ze sprzedaży były minimalnie (o 6%) niższe od zakładanych.

Po raz pierwszy od długiego czasu dodatni wynik netto uzyskały oba obszary działalności Grupy Redan tzn. zarówno rynek dyskontowy (sieć Textilmarket) jak i modowy (marki Top Secret, Troll i Drywash). Wyniki uzyskane przez ten ostatni są lepsze od zakładanych.

Wyniki uzyskane na rynku dyskontowym są – przeciwnie – słabsze od zakładanych. Nieznacznie wolniejszy od zakładanego był rozwój sieci sklepów (średnia powierzchnia ważona długością pracy sklepów w trakcie półrocza była o 4,7 % niższa od planowanej). W sklepach porównywalnych została uzyskana sprzedaż na takim samym poziomie jak rok temu, wobec prognozowanego wzrostu o 3%. Najistotniejszym jednak elementem, który spowodował słabsze wyniki – zarówno poziom sprzedaży jaki i zysku – jest niższa od oczekiwanej sprzedaż w nowo otwieranych sklepach. Pogorszenie wyników sieci Textilmarket jest pochodną: (i) rosnącej konkurencji, (ii) przejściowych problemów z prowadzeniem zatowarowania wg dotychczasowych zasad i (iii) rosnących kosztów zarówno sieci sklepów jak i centrali – w tym przypadku związanych z bardzo dynamicznym rozwojem. Zarząd podjął niezbędne działania, aby odwrócić te tendencje i doprowadzić do utrzymania dotychczasowej rentowności sieci Textilmarket. Składają się na nie: (i) rozpoczęcie własnego importu towarów – aby rozwiązać problemy z zatowarowaniem; (ii) działania promocyjne wspierające nowo otwierane sklepy; (iii) intensyfikacja działań pro-sprzedażowych w sklepach oraz (iv) optymalizacja kosztów sklepów poprzez częściowe redukcje etatów. Łączna liczba sklepów Textilmarket na koniec 2011 r. będzie odpowiadała pierwotnie planowanym ok. 260 placówkom – dynamiczny rozwój w tym zakresie będzie nadal kontynuowany.

Działania dostosowawcze w sieci Textilmarket nie przyniosą jednak efektów od razu. Dlatego widząc te tendencje Zarząd podjął decyzję o weryfikacji prognozy wyników Grupy Redan na rok bieżący. W 2011 r. Grupa Redan uzyska łączne skonsolidowane przychody ze sprzedaży na poziomie 387,5 mln zł (o ok. 20% wyższe niż w 2010 r.) oraz skonsolidowany zysk netto w wysokości 10 mln zł (o ok. 85% wyższy niż w roku poprzednim).

## 2. Działalność Grupy Kapitałowej REDAN

### **Marki i kanały dystrybucji**

W pierwszym półroczu 2011 r. podstawowym przedmiotem działalności Grupy Kapitałowej REDAN było – bez zmian – projektowanie, zlecenie produkcji, zakup oraz marketing i sprzedaż kolekcji obejmujących wiele grup asortymentowych odzieży codziennego użytku.

Działalność i rozwój Grupy Kapitałowej Redan są ściśle związane z detaliczną sprzedażą odzieży. Strategia rozwoju zakłada dalsze utrzymanie dywersyfikacji działalności na dwóch rynkach: (I) dyskontowym i (II) modowym, które w różny sposób reagują na zmiany koniunktury gospodarczej oraz cechują się różnymi modelami rozwoju.

### **Rynek dyskontowy. Sieć Textilmarket - lider na rynku dyskontów odzieżowych w Polsce**

Sieć sklepów dyskontowych Textilmarket oferuje klientom możliwość zaspokojenia potrzeb całej rodziny od niemowląt poprzez dzieci, młodzież do dorosłych w zakresie zakupu ubrań, akcesoriów i tekstyliów domowych w bardzo atrakcyjnej relacji pomiędzy jakością a ceną. Typowym klientem sieci Textilmarket jest młoda matka troszcząca się o swoją rodzinę i jej budżet domowy, decydująca o zakupie ubrań dla wszystkich na różne okazje, ceniąca sobie możliwość zakupu dobrych jakościowo rzeczy za bardzo korzystną cenę oraz możliwość szerokiego wyboru.

Sieć składa się z samoobsługowych sklepów zlokalizowanych w małych i średnich miejscowościach (głównie 10-70 tys. mieszkańców). Obecnie otwierane są także testowe sklepy w dużych miastach, w dzielnicach mieszkalnych charakteryzujących się znacznie wyższym potencjałem nabywczym. Sieć dyskontów Textilmarket liczyła na koniec 2010 r. prawie 200 sklepów własnych, a na koniec pierwszego półrocza 2011 – 220 marketów (przyrost o prawie 10 % w skali półrocza). Plany otworzyć nowych sklepów – potwierdzone konkretnymi lokalizacjami – na II połowę 2011 r. wskazują, że na koniec rok sieć będzie liczyć ok. 260 sklepów.

Na osiągnięcie takiej pozycji na rynku składa się kilka elementów:

- prawidłowe zdefiniowanie potrzeb klienta oraz jego profilu;
- konsekwentne trzymanie się modelu dyskontowego;
- konsekwentna dbałość o wyprzedaż starych towarów (wysoki wskaźniki rotacji zapasów), także w ramach stale prowadzonych zmian cen;
- systematycznie rozbudowywany asortyment;
- kształtowanie zasad współpracy z dostawcami z uwzględnieniem ich wpływu na prowadzoną politykę cen i marż;
- systematycznie rozbudowywanie wachlarza dostawców w celu ich dywersyfikacji jak i optymalizacji pod kątem relacji cena-jakość oraz warunków zapłaty.

Dostawcy to głównie krajowi producenci i dystrybutorzy, w wielu wypadkach znanych i uznanych markowych produktów. W celu zapewnienia szybko rosnącej sieci sklepów pełnej oferty towarowej będzie także stopniowo rósł udział importu własnego do ok. 50% docelowo.

Więcej informacji o tej sieci można znaleźć na: [www.textilmarket.pl](http://www.textilmarket.pl).

### **Rynek modowy – marki Top Secret, Troll oraz Drywash**

Strategia Grupy Redan na rynku modowym zakłada oferowanie – za pośrednictwem różnych kanałów dystrybucji – konkretnej wybranej grupie docelowych klientów charakterystycznych marek odzieżowych zaspakajających potrzeby na różne okazje.

Ubrania z kolekcji marek Top Secret, Troll oraz Drywash to idealna propozycja dla ludzi młodych, otwartych, aktywnych i nowoczesnych, skłonnych do czerpania przyjemności, stawiających na atrakcyjny wygląd w pracy i

w czasie wolnym. Propozycje trzech marek uzupełniają się nawzajem i pozwalają dostosować strój do różnych potrzeb i funkcji. Są więc ubrania do pracy, odpowiednie na czas wolny oraz do uprawiania sportu i tańca.

Top Secret jest znaną na polskim rynku marką odzieżową dla ludzi młodych, otwartych, aktywnych i nowoczesnych, stawiających na modny i atrakcyjny wygląd w pracy i czasie wolnym. Jest to marka kobieca, zmysłowa, elegancka, a dla mężczyzn - męska, dodająca pewności siebie.

Marka Troll to propozycja dla osób nowoczesnych „młodych duchem”. Promuje radość życia wyrażaną tym, co się nosi i zdrowym stylem życia. Charakter marki wyrażony jest przez emocje młodych ludzi takie jak namiętność i zmysłowość. Kolekcje, niezależnie od sezonu, charakteryzują się intensywnymi kolorami i znajdują się w światowych trendach, szczególnie wyodrębniając trend Eco.

Najmłodszą marką w portfelu Grupy Redan na rynku modowym jest Drywash. To marka o charakterze sportowym. Drywash jest propozycją dla młodych, ambitnych i aktywnych ludzi, którym zależy na atrakcyjnym wyglądzie i swobodzie w każdej sytuacji. Ubrania są idealne do aktywnego spędzania wolnego czasu, na zajęcia tańca czy fitness. Mają modny, sportowy charakter i podkreślają atrybuty płci. Są połączeniem wygody i najnowszych trendów w modzie.

Podstawowym kanałem dystrybucji towarów na rynku modowym (zarówno w kraju jak i zagranicą) była w pierwszym półroczu 2011 r. – bez zmian – sieć sklepów detalicznych działających zarówno w modelu sklepów własnych jak i franczyzowych.

Dzięki skierowaniu oferty marek do tego samego segmentu odbiorców możliwe było połączenie kanałów dystrybucji. Powstała koncepcja stworzenia sklepów multibrandowych Top Secret&Friends, w których są oferowane wszystkie marki rynku modowego Grupy Redan. Dzięki swoim rozmiarom charakteryzują się one niższym średnim kosztem utrzymania na mkw. Na koniec pierwszego półrocza 2011 r. liczba sklepów w formule multibrandowej TS&F wynosiła 50 lokalizacji (zarówno w Polsce jak i zagranicą) co w stosunku do roku 2010 r. stanowi wzrost o prawie 50%. W dalszej części roku 2011 planowany jest dalszy rozwój tej formuły sklepów zarówno poprzez nowe otwarcia jak też przebudowy istniejących sklepów tak własnych jak i franczyzowych.

Na koniec czerwca 2011 r. działało 119 sklepów monobrandowych Top Secret i 34 sklepy monobrandowe Troll.

Kanałem dystrybucji uzupełniającym stacjonarną sieć sklepów jest sklep internetowy. Są w nim sprzedawane towary wszystkich marek z rynku modowego Grupy.

Poza Polską wszystkie trzy marki były dystrybuowane na Ukrainie przy wykorzystaniu analogicznych kanałów dystrybucji jak w Polsce. Była także – w nieznacznym stopniu – prowadzona sprzedaż hurtowa do odbiorców w innych krajach.

Więcej informacji o markach Grupy Redan na rynku modowym można znaleźć na stronach internetowych poświęconych tym markom: [www.topsecret.pl](http://www.topsecret.pl), [www.troll.pl](http://www.troll.pl) i [www.drywash.pl](http://www.drywash.pl) lub stronie sklepu internetowego [www.sklep.topsecret.pl](http://www.sklep.topsecret.pl).

### **Struktura sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan wg kanałów dystrybucji**

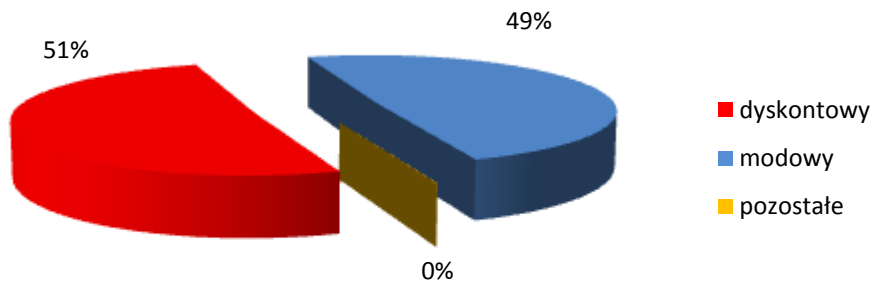
W pierwszym półroczu 2011 r. ponad 96% przychodów ze sprzedaży towarów zostało zrealizowanych w sieciach detalicznych kontrolowanych przez Grupę Redan. Jest to zgodne z przyjętą strategią, zakładającą, że jedynie bezpośredni kontakt z klientem detalicznym oraz własne marki odzieżowe mogą być źródłem długookresowej przewagi konkurencyjnej.

Poniższa tabela przedstawia strukturę skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży towarów Grupy Redan w podziale na rynek modowy i dyskontowy.

Tabela nr 1. Struktura sprzedaży towarów Grupy Kapitałowej Redan w pierwszym półroczu analogicznych okresów 2011 r. i 2010 r.

	tys. PLN	1H 2011	Udział	1H 2010	Udział	zmiana
Dyskontowy		86 145	50,8%	75 081	52,9%	14,7%
Modowy		83 450	49,2%	64 025	45,1%	30,3%
Pozostałe		88	0,1%	2 785	2,0%	-96,8%
<b>Sprzedaż towarów razem</b>		<b>169 683</b>		<b>141 892</b>		<b>19,6%</b>

Wykres nr 1. Interpretacja graficzna struktura sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan S.A.



Jak widać Grupa Redan opiera się równomiernie na sprzedaży w oby filarach: dyskontowym i modowym.

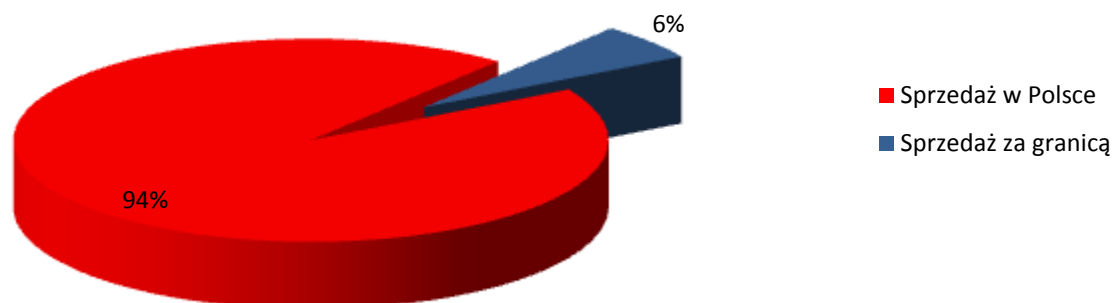
## Struktura geograficzna sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan

W tabeli i na wykresie poniżej jest przedstawiona geograficzna struktura sprzedaży Grupy Redan w pierwszym półroczu 2011 r.

Tabela nr 2. Geograficzna struktura sprzedaży towarów Grupy Kapitałowej Redan w pierwszym półroczu analogicznych okresów 2011 i 2010 roku

	1H2011		1H2010		zmiana $\Delta$ 2011/2010
	wartość	struktura	wartość	struktura	
Sprzedaż w Polsce	159 766	94,2%	136 669	96,3%	16,9%
Sprzedaż zagranicą	9 917	5,8%	5 222	3,7%	89,9%
<b>RAZEM</b>	<b>169 683</b>		<b>141 892</b>		<b>19,6%</b>

Wykres nr 2. Geograficzna struktura sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan w pierwszym półroczu 2011 r.



Dominująca część sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan prowadzona jest na rynku polskim (94 %).

Jednakże sprzedaż na rynkach zagranicznych bardzo szybko rośnie (prawie podwoiła się w I półroczu 2011 r. wobec I półrocza 2010 r.). Przez to jej udział w strukturze sprzedaży całej Grupy Redan, a tym samym znaczenie, także szybko się zwiększa.

W I połowie 2011 r. jest to efekt rozwoju działalności na rynku ukraińskim. W perspektywie najbliższych okresów znaczenie zagranicznego kanału dystrybucji ulegnie dalszemu wzrostowi ze względu na rozpoczęcie bezpośredniego rozwoju Spółki na rynku rosyjskim.

Za granicą są sprzedawane marki i towary z rynku mody tak jak w Polsce.

### Sieć sprzedaży

Pierwsze półrocze 2011 r. było kontynuacją intensywnego rozwoju sieci sprzedaży. Na dzień 30 czerwca 2011 r. ogółem powierzchnia sieci sklepów została zwiększona do:

- ok. 48,8 tys m<sup>2</sup> (220 sklepów własnych) na rynku dyskontowym co daje około 10 % przyrost w stosunku do stanu z końca 2010 r. i około 22 % przyrost w stosunku do stanu z końca analogicznego okresu 2010 r.

- ok. 29,5 tys. m2 (203 sklepy – w tym 67 własnych i 136 franczyzowe), na krajowym i zagranicznym rynku modowym, co daje około 8 % przyrost w stosunku do stanu z końca 2010 r. i około 14 % przyrost w stosunku do stanu z końca analogicznego okresu 2010 r.

### 3. Sytuacja finansowa Grupy Redan

#### Rachunek zysków i strat

W tabeli poniżej przedstawiono analizę skonsolidowanych wyników osiągniętych przez Grupę Kapitałową Redan za pierwsze półrocze 2011 i 2010 roku

Tabela nr 3. Wybrane pozycje sprawozdania z całkowitych dochodów Grupy Kapitałowej Redan za pierwsze półrocze 2011 i 2010

	w tys. PLN	1H 2011	1H 2010	zmiana %	zmiana Δ
Sprzedaż		<b>170 161</b>	<b>142 232</b>	20%	<b>27 929</b>
Zysk brutto na sprzedaży		78 765	63 621	24%	15 144
	<i>Marża brutto</i>	<i>46,3%</i>	<i>44,7%</i>		<i>1,6 pp.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu		76 150	62 451	22%	13 699
<b>Zysk na sprzedaży</b>		<b>2 615</b>	<b>1 170</b>	<b>124%</b>	<b>1 445</b>
	<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>1,5%</i>	<i>0,8%</i>		<i>0,7 pp.</i>
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych		-796	283	-381%	-1 079
<b>Zysk operacyjny</b>		<b>1 819</b>	<b>1 453</b>	<b>25%</b>	<b>366</b>
	<i>Marża EBIT</i>	<i>1,1%</i>	<i>1,0%</i>		-
Saldo przychodów i kosztów finansowych		-413	-1 862	-78%	1 449
<b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem</b>		<b>1 406</b>	<b>-409</b>	<b>444%</b>	<b>1 815</b>
	<i>Rentowność przed opodatkowaniem</i>	<i>0,8%</i>	<i>-0,3%</i>		<i>1,1 pp.</i>
<b>Zysk netto</b>		<b>1 135</b>	<b>100</b>	<b>1035%</b>	
	<i>Rentowność netto</i>	<i>0,7%</i>	<i>0,1%</i>		<i>0,6 pp.</i>

Za pierwsze półrocze 2011 r. Grupa Redan wypracowała zysk brutto o 1,8 mln zł wyższy niż w analogicznym okresie roku poprzedniego i wyniósł on 1,4 mln zł. Natomiast zysk na sprzedaży uległ poprawie o 124 %.

Jest to rezultatem bardzo dobrych wyników osiągniętych w drugim kwartale br. Uzyskany w tym okresie zysk (3,7 mln zł) jest dwukrotnie wyższy od osiągniętego w roku poprzednim (1,9 mln zł).

Bardzo duży wpływ na poprawę wyników Grupy w I półroczu br. ma radykalna poprawa efektywności działania na rynku modowym. Został tam wypracowany zysk przed opodatkowaniem w wysokości 0,7 mln zł wobec 4,9 mln zł straty rok wcześniej. Jest to rezultat skutecznego wdrożenia strategii działania na tym rynku. Przeciwnie tendencje miały miejsce na rynku dyskontowym, gdzie zysk przed opodatkowaniem zmniejszył się o 3,3 mln zł. Częściowo (ok. 1,3 mln zł) wynika to z przesunięcia momentu wykonania inwentaryzacji w sklepach sieci Textilmart – w 2011 r. 148 z 220 zostało zinwentaryzowanych w I połowie roku, podczas gdy rok temu miało to miejsce w II połowie. Powoduje to, że wyniki pierwszych półroczy tego i poprzedniego roku nie są do końca porównywalne. Szczegółowe omówienie wyników na obu rynkach znajduje się w Rozdziale 4.

Źródłem wygenerowanych zysków jest wzrost sprzedaży (o 20 %) odnotowany w obu gałęziach prowadzonej działalności, ale przede wszystkim zwiększenie marży handlowej (wzrost wartościowo o 24 %). W pierwszym półroczu 2011 r. Grupa zwiększyła marżę na sprzedaży towarów na obu podstawowych rynkach działalności.



Koszty bieżące w pierwszym półroczu 2011 wzrosły o 22 % w porównaniu do analogicznego okresu roku 2010. Składa się na to przed wszystkim wzrost kosztów:

- utrzymania sklepów własnych o 9,2 mln zł. (ok. 21%), co jest wynikiem (i) zwiększenia sieci sprzedaży na rynku dyskontowym o 22 % oraz na rynku modowym wzrost o 14 %, a także wzrostu średnich kosztów utrzymania tych sklepów na mkw, jako konsekwencja zwiększenia wynagrodzeń oraz stawek czynszu;
- prowizji płaconych franczyzobiorcom (o ok. 10%) – jest to skutkiem zwiększenia sprzedaży w sklepach franczyzowych, udział prowizji w przychodach sprzedaży tych sklepów pozostał na niezmiennym poziomie (ok. 34 % za pierwsze półrocze 2011 r.);
- central marek (logistyka, zarządzanie siecią sklepów, tworzenie, zakup towarów, działania promocyjne itp.) (o ok. 16%) wynika z dostosowania tej działalności do rosnącej sprzedaży i sieci.

W tabeli poniżej przedstawione zostały najważniejsze pozycje mające wpływ na saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych w pierwszej połowie roku 2011

Tabela nr 4. Zestawienie pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych za pierwsze półrocze 2011 i 2010 r.

tys. zł	1H 2011	1H 2010
Wynik na refakturach	7	2
Saldo odszkodowań	-1	183
Dotacje	0	0
Wynik na pozostałej sprzedaży	17	150
Niedobory niezawinione	-996	-69
Saldo odpisów aktualizujących wartość należności	98	218
Saldo odpisów aktualizujących wartość zapasów	315	-37
Saldo ze zbycia niefinansowych aktywów	-243	-299
Saldo odpisów aktualizujących aktywa trwałe	105	111
Saldo aktualizujące wartość zobowiązań	59	86
Darowizny	-142	-90
Pozostałe	-14	29
<b>Razem</b>	<b>-796</b>	<b>284</b>

Tegoroczny wynik – strata na poziomie 0,8 mln zł – jest związana z podstawową działalnością. Największy istotny wpływ mają na nią:

- saldo niedoborów towarów – jest to efekt przeprowadzenia inwentaryzacji sklepowych w sieci Textilmarketu oraz magazynu centralnego części modowej;

W pierwszym półroczu 2011 zostało przeprowadzono łącznie 148 inwentaryzacji sklepowych sieci Textilmarket (na 220 sklepów ogółem), w których określono łączną kwotę niedoborów na kwotę 0,8 mln zł. Obciążała ona koszty pierwszego półrocza tego roku.

Należy zwrócić uwagę, że w analogicznym okresie roku 2010 inwentaryzacje w sklepach Textilmarket nie były przeprowadzane w ogóle (w całości obciążały koszty drugiego półrocza).

Wskaźnik ubytków praktycznie nie uległ zmianie w porównaniu do roku poprzedniego.

- aktualizacja wartości zapasów, czyli rozwiązanie i zawiązanie stosownych rezerw - wynikająca z wyprzedaży towarów z poprzednich sezonów części modowej;

Wysoki poziom sprzedaży na rynku modowym umożliwił w II kwartale br. wyprzedaż znaczącej części towarów z kolekcji wiosenno/letnich zakupionych w latach poprzednich. Spowodowało to rozwiązanie części odpisów aktualizujących wartość tych towarów związanych wcześniej zgodnie z polityką Grupy Redan w tym zakresie.

- przekazane darowizny - na rzecz Fundacji Pomocy Dzieciom Happy Kids ;

W ramach działań wynikających ze społecznej odpowiedzialności biznesu w 2009 r. Grupa Redan wdrożyła projekt wsparcia Fundacji Pomocy Dzieciom Happy Kids (największa w Polsce organizacja prowadząca rodzinne domy dziecka). Początkowo w sklepach Top Secret, a obecnie we wszystkich należących do Grupy Redan, są oferowane klientom specjalne torby reklamowe z logiem Fundacji oraz rysunkami wykonanymi przez dzieci. Całkowity dochód ze sprzedaży tych toreb jest przekazywany Fundacji.

W okresie od stycznia do czerwca 2011 r. Grupa zanotowała nadwyżkę kosztów finansowych nad przychodami w wysokości 0,4 mln zł. Największy wpływ na tą pozycję miały koszty związane z finansowaniem zewnętrznym Grupy Redan (łącznie wyniosły 0,8 mln zł). W sprawozdaniu finansowym pozycja ta została pomniejszona o 0,5 mln zł rozliczenia wynikającego z wcześniejszej spłaty zobowiązania wycenionego według zdyskontowanej ceny nabycia. Dodatkowo różnice kursowe zniósł się wzajemnie z ujemnym.

Dokonując podsumowania trzeba uznać, iż strategia Grupy Redan oparcia działalności na dwóch niezależnych filarach biznesowych przynosi efekty. Potwierdzają to poprawa zysku przed opodatkowaniem o 1,8 mln zł, wzrost marży handlowej o 24 % i procentowej o 1,6 pp., ponad 3,2 mln zł zysku na sprzedaży sieci dyskontowej oraz dodatni wynik części modowej. Strategia ta będzie kontynuowana w kolejnych okresach.

## Bilans

W tabelach niżej przedstawione zostały główne pozycje bilansu Grupy Kapitałowej Redan.

Tabela nr 5. Aktywa Grupy Redan

Lp	Wyszczególnienie	1H2011		1H2010		Zmiana stanu	
		kwota	% udziału	kwota	% udziału	2011/2010	
A.	Aktywa trwałe	43 791	28%	43 132	29%	658	2%
I.	Wartości niematerialne i prawne	1 953	4%	1 871	4%	82	4%
II.	Wartość firmy	68	0%	78	0%	-10	-13%
III.	Rzeczowe aktywa trwałe	26 843	61%	21 785	51%	5 058	23%
IV.	Należności długoterminowe	4 382	10%	6 020	14%	-1 638	-27%
V.	Inwestycje długoterminowe	2 388	5%	3 223	7%	-836	-26%
VI.	Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	8 157	19%	10 155	24%	-1 998	-20%
	<b>Aktywa obrotowe</b>	<b>111 472</b>	<b>72%</b>	<b>105 137</b>	<b>71%</b>	<b>6 335</b>	<b>6%</b>
I.	Zapasy	91 397	82%	78 671	75%	12 727	16%
II.	Należności krótkoterminowe	12 572	11%	12 441	12%	131	1%
III.	Inwestycje krótkoterminowe	6 224	6%	12 901	12%	-6 676	-52%
IV.	Krótkoterminowe rozliczenia m/o	1 279	1%	985	1%	294	30%
V.	Składniki aktywów przeznaczone do sprzedaży	0	0%	140	0%	-140	-100%
	<b>Aktywa razem</b>	<b>155 263</b>	<b>100%</b>	<b>148 269</b>	<b>100%</b>	<b>6 995</b>	<b>5%</b>

Suma bilansowa Grupy Redan na dzień 30 czerwca 2011 r. wzrosła o prawie 5 % (7 mln zł) w porównaniu ze stanem na koniec analogicznego okresu 2010. Wpłynął na to przede wszystkim wzrost aktywów obrotowych – o 6,3 mln zł (6 %).

W aktywach najistotniejsze zmiany zasły w pozycjach:

- 1) o 12,7 mln zł (wzrost o 16 %) zwiększyły się stany zapasów. Jest to wynikiem rozwoju sieci sprzedaży (zwiększenie powierzchni wszystkich sklepów o 19%) oraz koniecznością jej zatowarowania;
- 2) o 5,1 mln zł (23%) wzrósł majątek trwały, wynika to przede wszystkim z rozwoju sieci sklepów własnych na rynku modowym i dyskontowym (powiększenie powierzchni sklepów własnych o 22%);
- 3) o 6,7 mln zł zmniejszyły się inwestycje krótkoterminowe, czyli środki pieniężne – jest to głównie następstwem dokonanych zakupów na zatowarowanie sieci sklepów oraz wydatków inwestycyjnych;
- 4) o 2,0 mln zł zmniejszyły się długoterminowe rozliczenia międzyokresowe - wynika to z rozliczenia strat z lat ubiegłych, co wpłynęło na obniżenie aktywów na odroczony podatek dochodowy;
- 5) o 1,6 mln zł zmalały należności długoterminowe, co jest efektem zmniejszenia wartości wpłaconych kaucji wynajmującym lokale sklepowe – zamiast tego zostały im przedstawione zabezpieczenia należytego wykonania umów najmu w formie gwarancji bankowych.

Tabela nr 6. Pasywa Grupy Redan

Lp	Wyszczególnienie	1H2011		1H2010		Zmiana stanu	
		kwota	%	kwota	%	2010/2009	
						udziału	udziału
A.	Kapitał (fundusz) własny	73 348	47%	67 373	45%	5 976	9%
I.	Kapitał (fundusz) podstawowy	26 938	37%	26 938	40%	0	0%
II.	Kapitał (fundusz) zapasowy	107 241	146%	91 560	136%	15 681	17%
III.	Zysk (strata) z lat ubiegłych	-61 794	-84%	-51 472	-76%	-10 323	20%
IV.	Zysk (strata) netto	953	1%	341	0%	612	180%
V.	Kapitał mniejszościowy	10	0%	6	0%	4	65%
B.	Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	81 915	53%	80 896	55%	1 019	1%
I.	Rezerwy na zobowiązania	1 667	2%	1 631	2%	36	2 %
II.	Zobowiązania długoterminowe	17 379	21%	16 155	20%	1 224	8%
III.	Zobowiązania krótkoterminowe	62 869	77%	63 110	78%	-240	0%
	w tym:						
	Rozliczenia międzyokresowe	87	0%	21	0%	67	324%
	Pasywa razem	155 263	100,00%	148 269	100,00%	6 995	5%

W strukturze pasywów zasła pozytywna zmiana w postaci wzrostu kapitałów własnych o 9 % decydujący wpływ na tą pozycję miał wypracowany w roku 2010 zysk netto.

Po stronie źródeł finansowania o 1,2 mln zł wzrósł poziom zobowiązań długoterminowych – jest to rezultatem uzyskania kredytów bankowych.

**Rachunek przepływów pieniężnych**

W tabeli poniżej przedstawiono analizę przepływów pieniężnych Grupy Kapitałowej Redan.

Tabela nr 7. Podsumowanie przepływów pieniężnych Grupy Redan w pierwszym półroczu 2011 i 2010 roku

w tys. PLN	1H2011		1H2010	
	wartość	struktura	wartość	struktura
Przepływy pieniężne netto z działalności:				
Operacyjnej	- 7 801	62 %	- 5 385	41 %
Inwestycyjnej	- 6 154	49 %	- 4 444	34 %
Finansowej	1 451	- 11 %	- 3 153	25 %
<b>Przepływy pieniężne netto razem</b>	<b>- 12 504</b>		<b>- 12 982</b>	

W pierwszym półroczu 2011 r. Grupa Redan wygenerowała ujemne saldo przepływów z działalności operacyjnej – analogicznie jak to miało miejsce w roku poprzednim. Największe wpływające na to pozycje to:

- wzrost stanu zapasów o 11,7 mln zł (a tym samym spadek gotówki) - zwiększenie poziomu zapasów wynika głównie z rozwoju sieci sklepów, oraz konieczności ich zatowarowania,
- korekta przepływów - amortyzacyjna (+3,5 mln zł),
- wzrost stanu zobowiązań poza finansowymi, spowodowanych wzrostem zobowiązań o 0,7 mln zł głównie wobec dostawców, co wynikało z większego zapotrzebowania na towar w sieci sklepów;

Ujemne saldo przepływów z działalności inwestycyjnej wynika przede wszystkim z poniesionych wydatków na rozwój sieci sklepów.

Na dodatnie saldo z działalności finansowej wpływ ma zwiększenie poziomu kredytów.

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania spółki z Grupy Kapitałowej Redan na bieżąco regulują wszystkie swoje zobowiązania publiczno-prawne, jak też wobec instytucji finansowych oraz pracowników.

**Analiza wskaźnikowa wyników**

Tabela nr 8. Analiza wskaźnikowa wyników Grupy Redan po pierwszym półroczu 2011 i 2010 roku

	1H2011	1H2010
<b>Wskaźniki rentowności</b>		
Rentowność majątku (ROA)	0,73%	0,06%
Rentowność netto	0,67%	0,07%
Rentowność kapitału własnego (ROE)	1,55%	0,14%
Skorygowana rentowność majątku	0,80%	0,88%
Rentowność zasobów osobowych (ROSE)	1	0
<b>Wskaźniki płynności finansowej</b>		
Wskaźnik płynności finansowej I stopnia	1,77	1,67
Wskaźnik płynności finansowej II stopnia	0,30	0,40
Wskaźnik płynności finansowej III stopnia	0,10	0,20
Wskaźnik handlowej zdolności kredytowej	0,17	0,19
<b>Wskaźniki rotacji (obrotowość)</b>		
Szybkość obrotu zapasów (w dniach)	90	93
Splyw należności (w dniach)	8	14
Splata zobowiązań (w dniach)	48	59

Zasady wyliczania wskaźników:

*Rentowność majątku* = (wynik finansowy netto x 100) / aktywa ogółem

*Rentowność netto* = (wynik finansowy netto x 100) / przychody ogółem

*Rentowność kapitału własnego* = (wynik finansowy netto x 100) / kapitały własne

*Skorygowana rentowność majątku* = (zysk netto + (odsetki - podatek dochodowy od odsetek) x 100) / aktywa ogółem

*Rentowność zasobów osobowych* = zysk netto / przeciętny stan zatrudnienia (tys. zł / zatrudnionego)

*Wskaźnik płynności finansowej I stopnia* = (aktywa obrotowe - należności z tyt. dostaw i usług powyżej 12 mc) / (zobowiązania krótkoterm. - zobow. krótkoterm. powyżej 12 mc)

*Wskaźnik płynności finansowej II stopnia* = (aktywa obrot. - zapasy - kr. term. RMK czynne - należ. z tyt. dost. i usl. pow. 12 mc) / (zobowiązania krótkotermin. - zobow. z tyt. dostaw i usług pow. 12 mc)

*Wskaźnik płynności finansowej III stopnia* = inwestycje krótkoterminowe / (zobowiązania krótkotermin. - zobow. z tyt. dostaw i usług pow. 12 mc)

*Wskaźnik handlowej zdolności kredytowej* = należności z tyt. dostaw i usług / zobowiązania z tyt. dostaw i usług

*Szybkość obrotu zapasów (w dniach)* = (średni stan zapasów x 180 dni) / przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów

*Spływ należności (w dniach)* = (średni stan należności z tytułu dostaw i usług x 180 dni) / przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów

*Splata zobowiązań (w dniach)* = (średni stan zobowiązań z tytułu dostaw i usług x 180 dni) / przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów

Porównując wartości wskaźników rentowności dla danych za pierwsze półrocze 2011 i 2010 r. wyraźnie widać ich poprawę w stosunku do roku poprzedniego. Wypracowany w okresie sprawozdawczym zysk powoduje, że wszystkie wskaźniki rentowności za ten okres przyjmują wartość wyższą od zeszłorocznych, choć nadal ich wartości nie są wysokie.

Porównanie wskaźników płynności pomiędzy analogicznymi okresami roku 2011 i 2010 wypada mniej korzystnie. Wynika to ze spadku salda środków pieniężnych w 2011 r. w porównaniu do 30 czerwca 2010r., co jest następstwem większych wydatków na zakup towaru w związku z koniecznością zatowarowania rozwijającej się sieci sklepów. Pomimo tego wartości wskaźników płynności nie wskazują na występowanie w Grupie zakłóceń w terminowym regulowaniu wymagalnych zobowiązań. Wielkości wskaźnika płynności II stopnia oraz wskaźnika handlowej zdolności kredytowej przyjmują wartości charakterystyczne dla branży handlu detalicznego.

Na płynność środków obrotowych ma wpływ szybkość obrotu należnościami i zapasami. Obrót zapasami w dniach skrócił się z 93 w pierwszym półroczu 2010 r. do 90 dni w pierwszym półroczu 2011 pomimo istotnego zwiększenia poziomu zapasów (o 16%, wobec przyrostu sprzedaży o 20%). Jest to zjawisko korzystne, ponieważ Grupa Kapitałowa ma krócej zamrożone środki pieniężne w zapasach. Wskaźnik spływu należności również uległ poprawie, spadł z poziomu 14 dni w roku poprzednim do 8 dni w 2011 r., co jest zjawiskiem pozytywnym, gdyż Grupa Kapitałowa krócej kredytuje swoich odbiorców odnotowując przy tym ciągły przyrost sprzedaży. Spadek tego wskaźnika wynika ze zmniejszenia należności handlowych, co jest pochodną zakończenia sprzedaży hurtowej do sieci hipermarketów z odroczonej terminami płatności.

Skrócił się również wskaźnik spłaty zobowiązań z 59 dni w pierwszym półroczu 2010 r. do 48 dni w 2011 r., głównie na rynku fashion.

#### 4. Podział wyniku Grupy Redan na kanały dystrybucji (marki)

W tabeli poniżej przedstawiono wyniki osiągnięte przez poszczególne kanały dystrybucji (marki) Grupy Kapitałowej Redan po pierwszym półroczu 2011 r.

Tabela nr 9. Podział sprawozdania z całkowitych dochodów Grupy Redan w pierwszym półroczu 2011 na kanały dystrybucji (marki)

	w tys. PLN	dyskontowy	modowy	pozostałe	koszty zarządu i działalność pozaoper.	Grupa Redan
Sprzedaż		<b>86 240</b>	<b>83 790</b>	<b>88</b>	<b>43</b>	<b>170 161</b>
Zysk brutto na sprzedaży		33 482	45 639	-399	43	78 765
<i>Marża brutto</i>		<i>38,8%</i>	<i>54,5%</i>	-	-	<i>46,3%</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu		30 265	44 982	37	866	76 150
<b>Zysk na sprzedaży</b>		<b>3 217</b>	<b>657</b>	<b>-436</b>	<b>-823</b>	<b>2 615</b>
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>		<i>3,7%</i>	<i>0,8%</i>	-	-	<i>1,5%</i>
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych		-769	-56	29	0	-796
<b>Zysk operacyjny</b>		<b>2 448</b>	<b>601</b>	<b>-407</b>	<b>-823</b>	<b>1 819</b>
<i>Marża EBIT</i>		<i>2,8%</i>	<i>0,7%</i>	-	-	<i>1,1%</i>
Saldo przychodów i kosztów finansowych		-26	112	-1	-498	-413
<b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem</b>		<b>2 422</b>	<b>713</b>	<b>-408</b>	<b>-1 321</b>	<b>1 406</b>
<i>Rentowność brutto</i>		<i>2,8%</i>	<i>0,9%</i>	-	-	<i>0,8%</i>

Dane o poszczególnych kanałach dystrybucji obejmują:

**Rynek dyskontowy (sieć Textilmarket)** – wyniki Adesso Sp. z o.o. SKA prowadzącej sieć sklepów dyskontowych Textilmarket skonsolidowane z wynikami Adesso Sp. z o.o. (komplementariusz Adesso SKA) oraz marżą realizowaną przez Redan SA na sprzedaży do Adesso SKA

**Rynek modowy (marki Top Secret, Troll i Drywash)** – sprzedaż i marża marek Top Secret, Troll i Drywash w Polsce i zagranicą, sklep internetowy, koszty utrzymania sklepów detalicznych i bezpośrednich kanałów dystrybucji, pełen koszt projektowania, zakupu, marketingu i logistyki związanej z tymi markami, marża i koszty sprzedaży do odbiorców zewnętrznych z Redan SA.

**Pozostała działalność** - sprzedaż i marża zrealizowana przez Redan SA do odbiorców innych niż spółki zależne i odbiorcy zagraniczni, w 2010 r. w tej pozycji jest pokazana końcówka sprzedaży do sieci hipermarketów, a w 2011 r. jest to głównie wyprzedaż towarów z poprzednich sezonów oraz pełne koszty tej działalności.

**Koszty zarządu i działalność pozaoperacyjna** – koszty zarządu Redan SA oraz zdarzeń nie związanych z podstawowym obszarem działalności Grupy Redan, czyli sprzedażą odzieży.

Ponieważ zdarzenia związane z poszczególnymi kanałami dystrybucji mogą występować w różnych spółkach z Grupy Redan, dlatego odpowiednie dane o sprzedaży, marży i kosztach zostały przedstawione zgodnie z zasadami konsolidacji sprawozdań finansowych.

**Wynik rynku dyskontowego**

Tabela nr 10. Wybrane pozycje sprawozdania z całkowitych dochodów na rynku dyskontowym po pierwszym półroczu 2011 i 2010 r.

	w tys. PLN	1H 2011	1H 2010	zmiana %	zmiana Δ
Sprzedaż		<b>86 240</b>	<b>75 160</b>	15%	<b>11 080</b>
Zysk brutto na sprzedaży		33 482	28 928	16%	4 554
	<i>Marża brutto</i>	<i>38,8%</i>	<i>38,5%</i>		<i>0,3%</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu		30 265	23 495	29%	6 770
<b>Zysk na sprzedaży</b>		<b>3 217</b>	<b>5 433</b>	<b>-41%</b>	<b>-2 216</b>
	<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>3,7%</i>	<i>7,2%</i>		<i>-3,5%</i>
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych		-769	253	-404%	-1 022
<b>Zysk operacyjny</b>		<b>2 448</b>	<b>5 686</b>	<b>-57%</b>	<b>-3 238</b>
	<i>Marża EBIT</i>	<i>2,8%</i>	<i>7,6%</i>		<i>-4,7%</i>
Saldo przychodów i kosztów finansowych		-26	35	-174%	-61
<b>Zysk przed opodatkowaniem</b>		<b>2 422</b>	<b>5 721</b>	<b>-58%</b>	<b>-3 299</b>
	<i>Rentowność brutto</i>	<i>2,8%</i>	<i>7,6%</i>		<i>-4,8%</i>

Poniższa tabela przedstawia jak kształtował się wynik sklepów porównywalnych (tzn. takich, które działały w analogicznych okresach 2011, jak i 2010) Textilmarket.

Tabela nr 11. Wyniki sklepów porównywalnych sieci dyskontowej po pierwszym półroczu 2011 i 2010 r.

	w tys. PLN	2011 r.	2010 r.	zmiana%	zmiana Δ
<b>Sprzedaż</b>		<b>72 256</b>	<b>72 971</b>	<b>-1%</b>	<b>-716</b>
<b>Marża brutto</b>		<b>27 915</b>	<b>27 781</b>	<b>0%</b>	<b>134</b>
<i>Marża brutto %</i>		<i>38,6%</i>	<i>38,1%</i>	<i>1%</i>	<i>0,6</i>
Koszty bezpośrednie sklepów		17 772	17 402	2%	370
<b>Wynik na sprzedaży</b>		<b>10 144</b>	<b>10 379</b>	<b>-2%</b>	<b>-235</b>
<i>Rentowność</i>		<i>14,0%</i>	<i>14,2%</i>	<i>-1%</i>	<i>-0,2</i>

W pierwszej połowie 2011 r. zysk przed opodatkowaniem sieci Textilmarket zmniejszył się o 3,3 mln zł, czyli o 58% w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. Dane te nie są jednak w pełni porównywalne, gdyż w roku bieżącym zostały przeprowadzone inwentaryzacje towarów w 148 z 220 sklepów Textilmarket, podczas gdy w roku poprzednim odbyły się one w całości w drugim półroczu. Inwentaryzacje wiążą się z następującymi kosztami:

- 1) wynagrodzenia, ich pochodne i delegacje osób przeprowadzających inwentaryzacje
  - w I półroczu 2011 była to kwota ok. 0,2 mln zł. – ujęte w kosztach bieżących sklepów;
- 2) saldo stwierdzonych niedoborów i nadwyżek towarów
  - w I półroczu 2011 była to kwota ok. 0,8 mln zł. – ujęte w pozostałych kosztach i przychodach operacyjnych;
- 3) premie i ich pochodne dla pracowników sklepów, w których poziom stwierdzonych niedoborów był niższy od przyjętego – w I półroczu 2011 była to kwota ok. 0,3 mln zł.
  - ujęte w kosztach bieżących sklepów.

Łącznie zatem zysk przed opodatkowaniem został w 2011 r. pomniejszony z opisanego powyżej powodu inwentaryzacji o kwotę 1,3 mln zł, co nie było ujęte w wynikach I półrocza 2010 r. Mamy tu do czynienia z efektem przesunięcia momentu zidentyfikowania i zaksięgowania tych niedoborów w trakcie roku obrotowego. Dodatkowo należy nadmienić, iż wskaźnik ubytków nie uległ praktycznie zmianie w stosunku do roku poprzedniego.

Zatem, na działalności stricte biznesowej (z wyłączeniem kosztów związanych z inwentaryzacjami) zysk przed opodatkowaniem sieci Textilmarket w I połowie 2011 r. zmniejszył się o kwotę 2 mln zł. Jest to następstwem szybszego wzrostu kosztów bieżących (o 21 % - bez uwzględnienia kosztów inwentaryzacji) niż wartości wypracowanej marży handlowej (o 16%). Poniżej zidentyfikowane zostały czynniki, które miały najistotniejszy wpływ na taką zmianę wyniku.

Sprzedaż i marża:

- nastąpiło wydłużenie okresu dochodzenia nowo otwieranych sklepów do średnich wskaźników sprzedaży i efektywności dla całej sieci (średnia miesięczna marża na mkw wypracowana w I połowie 2011 r. dla sklepów otwartych w okresie od 1.07.2010-30.06.2011 była o 22% niższa niż dla pozostałych sklepów). Jednocześnie ze względu na przyspieszenie dynamiki rozwoju sieci (na 30 czerwca 2011 r. na sklepy powstałe nie wcześniej niż 1 lipca 2010 r. przypadało 20% powierzchni całej sieci), w istotny sposób spowodowało to, iż wzrost wartości marży jest niższy od przyrostu powierzchni sieci sklepów. W ocenie zarządu nie wynika to z braku staranności w wyborze lokalizacji, gdyż polityka w tym zakresie jest rygorystyczna i stabilna. Przyczyny takiej sytuacji należy upatrywać w rosnącej konkurencji na rynku.
- w związku z coraz większą skalą działania sieci zaczęły się uwidaczniać problemy z zapewnieniem dla niej niezbędnego poziomu zatowarowania prowadzonego wg dotychczasowych zasad. Coraz częściej zdarzały się sytuacje problemów z pozyskaniem towarów w różnych grupach asortymentowych.

Koszty bieżące:

- wzrost kosztów bieżących utrzymania sklepów o 30 % (z wyłączeniem kosztów inwentaryzacji), co jest rezultatem zwiększenia powierzchni sieci sklepów (o 22 %) oraz przyrostu średnich kosztów na mkw (o 5 %) – głównym czynnikiem powodującym ten wzrost jest podwyższenie wynagrodzeń wynikającym ze zmiany płacy minimalnej od początku br.;
- wzrost kosztów centrali bezpośrednio zależnych od wielkości sprzedaży i liczby sklepów (o 18 %) – to jest m.in. kosztów logistyki i zarządzania siecią sklepów;
- pojawienie się kosztów (m.in. wynagrodzeń i delegacji) związanych rozwojem własnych bezpośrednich zakupów towarów od dostawców z Dalekiego Wschodu
- poniesienie jednorazowych kosztów (ok. 91 tys. PLN) związanych z wdrażanymi oszczędnościami w zakresie transportu towarów z magazynu do sklepów (eliminowanie opakowań jednorazowego użytku np. kartonów na rzecz toreb transportowych wielorazowego użytku).

Dokonując analizy powyższych czynników i zdarzeń zarząd podjął szereg działań mających im przeciwdziałać m.in.:

1) Dużo większy nacisk został położony na działania pro-sprzedażowe.

Przeanalizowano sposób wyposażenia sklepów i stopień rotacji uzyskiwany z różnych części oraz rozpoczęto prace nad modyfikacjami w celu powiększenia grup asortymentowych generujących największą rotację.

Wprowadzono zmiany w zasadach motywowania pracowników sklepów.

Dodatkowo, w I połowie 2012 r. zostanie przeprowadzona wymiana oprogramowania działającego we wszystkich sklepach Grupy Redan w Polsce, czyli także we wszystkich sklepach Textilmarket. Spowoduje to, że zarządzanie towarami i cenami w sklepach będzie bardziej elastyczne, łatwiejsze i mniej pracochłonne, a przez to bardziej efektywne.

Razem te elementy spowodują wzrost sprzedaży w sklepach.



- 2) W celu zapewnienia większej pewności dostaw towarów, a jednocześnie uzyskania większego wpływu na te towary została podjęta decyzja o rozwijaniu bezpośredniego importu towarów na potrzeby sieci Textilmarket. Pierwsze dostawy takich towarów miały miejsce jesienią 2010 r. (stanowiły one 1 % wartości zakupu na II półrocze 2010 r.). W kolejnych okresach ich znaczenie będzie rosnąć - poprzez 1% na I połowę 2011 r. , 6 % na II połowę 2011 r. i 18 % na I połowę 2012 r. – docelowo do ok. 50% wartości zakupu całej sieci.  
W pierwszej kolejności wpłynie to na poprawę zatowarowania sklepów, a tym samym na wzrost sprzedaży. Dodatkowym efektem prowadzenia własnego importu towarów będzie podwyższenie marży handlowej oraz zmniejszenie nakładu pracy na ich logistyczną obróbkę – będą oznaczone i zapakowane zgodnie z naszymi specyfikacjami. Jednocześnie w części modowej Grupa Redan posiada know-how w zakresie importu towarów, co eliminuje szereg ryzyk związanych z tym procesem.
- 3) Nowo otwierane sklepy będą wspierane prowadzonymi lokalnie działaniami promocyjnymi. Ich celem będzie przywiązanie klientów do tych nowych lokalizacji. Dzięki temu proces uzyskiwania średnich parametrów dla sieci w nowych sklepach ulegnie skróceniu.
- 4) W celu optymalizacji poziomu kosztów zostały rozpoczęte działania polegające na redukcji etatów w sklepach (koszty wynagrodzeń stanowią ok. 50% łącznych kosztów bezpośrednich sklepów). Wiąże się z tym także przeniesienie części procesów o charakterze logistycznym (np. naklejanie cen i metek na towary) wykonywanych dotychczas często w sklepach, albo na dostawców, albo do magazynu centralnego, gdzie będą wykonywane dużo bardziej efektywnie. Jednym z takich elementów jest także wprowadzenie kodów kreskowych na 100% towarów, co wyeliminuje część błędów i skróci wiele operacji – od przyjęcia towarów w sklepach, poprzez obsługę przy kasie, aż do inwentaryzacji. Uprozczone zostaną także zasady prezentacji towarów w sklepach.

Niezależnie od powyższych działań w styczniu 2012 r. nastąpi przeniesienie magazynu centralnego sieci Textilmarket na nowoczesną powierzchnię magazynową. Spowoduje to bardziej wydajną pracę tego magazynu, a także będzie niezbędnym fundamentem dla obsłużenia szybko rosnącej sieci sklepów.

Sieć sklepów Textilmarket na koniec pierwszego półrocza br. miała łączną powierzchnię 48,8 tys m<sup>2</sup> (220 sklepów własnych). W I półroczu 2011 roku powiększyła się o 20 nowych lokalizacji. Polityka intensywnego rozwoju sieci będzie nadal kontynuowana. Obecnie dodatkowo otwierane są również sklepy w „sypianiach” dużych miast, aby eksplorować możliwość działalności także w tym segmencie rynku, charakteryzującym się większym potencjałem zakupowym. Do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania w lipcu i sierpniu 2011 r. zostało otwartych 11 kolejnych nowych sklepów, a do końca roku – na podstawie określonych na dzień dzisiejszy lokalizacji i warunków najmu – zostanie otwartych jeszcze ok. 30 sklepów.

**Wynik rynku modowego**

Tabela nr 12. Wybrane pozycje sprawozdania z całkowitych dochodów rynku modowego za pierwsze półrocze 2011 i 2010 r.

	w tys. PLN	1H 2011	1H 2010	zmiana %	zmiana Δ
Sprzedaż		<b>83 790</b>	<b>64 244</b>	30%	<b>19 546</b>
Zysk brutto na sprzedaży		45 639	34 465	32%	11 174
	<i>Marża brutto</i>	54,5%	53,6%		0,8%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu		44 982	37 845	19%	7 137
<b>Zysk na sprzedaży</b>		<b>657</b>	<b>-3 380</b>		<b>4 037</b>
	<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	0,8%	-5,3%		6,0%
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych		-56	-449	-88%	393
<b>Zysk operacyjny</b>		<b>601</b>	<b>-3 829</b>		<b>4 430</b>
	<i>Marża EBIT</i>	0,7%	-6,0%		6,7%
Saldo przychodów i kosztów finansowych		112	-1 071		1 183
<b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem</b>		<b>713</b>	<b>-4 900</b>		<b>5 613</b>
	<i>Rentowność brutto</i>	0,9%	-7,6%		8,5%

Poniższa tabela przedstawia wynik sklepów porównywalnych (tzn. takich, które działały w analogicznych okresach 2011, jak i 2010 r. z uwzględnieniem sklepów monobrandowych przebudowanych na salony multibrandowe Top Secret&Friends).

Tabela nr 13. Wyniki sklepów porównywalnych na rynku modowym po pierwszym półroczu 2011 i 2010 r.

	w tys. PLN	2011 r.	2010 r.	zmiana %	zmiana Δ
<b>Sprzedaż</b>		<b>63 109</b>	<b>55 582</b>	<b>14%</b>	<b>7 528</b>
<b>Marża brutto</b>		<b>32 638</b>	<b>27 477</b>	<b>19%</b>	<b>5 161</b>
<i>Marża brutto %</i>		51,7%	49,4%	5%	2,3
Koszty bezpośrednie sklepów		27 073	24 897	9%	2 176
<b>Wynik na sprzedaży</b>		<b>5 565</b>	<b>2 580</b>	<b>116%</b>	<b>2 985</b>
<i>Rentowność</i>		8,8%	4,6%	90%	4,2

W pierwszej połowie 2011 r. na rynku modowym Grupa Redan osiągnęła zysk na sprzedaży na poziomie o 4 mln zł wyższym niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. Podstawowym źródłem tego sukcesu był zdecydowanie wyższy wolumen zrealizowanej marży handlowej będący pochodną rosnącej sprzedaży.

Decydujące znaczenie dla uzyskanej poprawy wyników na rynku modowym miały następujące czynniki:

Sprzedaż i marża:

- wzrost sprzedaży (o 30%) wyższy od zwiększenie powierzchni sklepów (o 14%), będący wynikiem nieustannej pracy nad polepszeniem efektywności procesów sprzedaży i jakości kolekcji;
- znaczący wzrost sprzedaży w sklepach porównywalnych (ogółem o 14%, a w sklepach multibrandowych – o 19%);
- bardzo dobre przyjęcie przez rynek kolekcji wiosna/lato 2011, co w konsekwencji przełożyło się – poza wysoką sprzedażą – na spłylenie przecen, a tym samym uzyskanie wyższej średniej marży procentowej;
- kontynuacja działań promocyjnych wspierających marki i kanały dystrybucji.

#### Koszty bieżące

- wzrost kosztów funkcjonowania sklepów własnych (o 24%) będący konsekwencją rozwoju powierzchni sklepów oraz „schodowego” zwiększenia oraz indeksacji stawek czynszów, a także podwyżkami wynagrodzeń pracowników,
- zwiększenie prowizji płaconych franczyzobiorcom (o ok. 10%) – jest to skutkiem wzrostu sprzedaży w sklepach franczyzowych; udział prowizji w przychodach sprzedaży tych sklepów pozostał na niezmiennym poziomie (ok. 34 % za pierwsze półrocze 2011 r.);
- wzrost kosztów centrali zależnych od liczby sklepów i poziomu sprzedaży, to jest kosztów logistyki, nadzoru na działaniem sieci sprzedaży i rozwoju sieć sklepów (o ok. 30%).
- pozostałe koszty – czyli przede wszystkim tworzenia i zakupu towarów oraz budżet marketingowy – pozostały na poziomie zbliżonym do roku poprzedniego.

Grupa będzie nadal kontynuowała działania, które wpłynęły na poprawę wyników w tym segmencie działalności

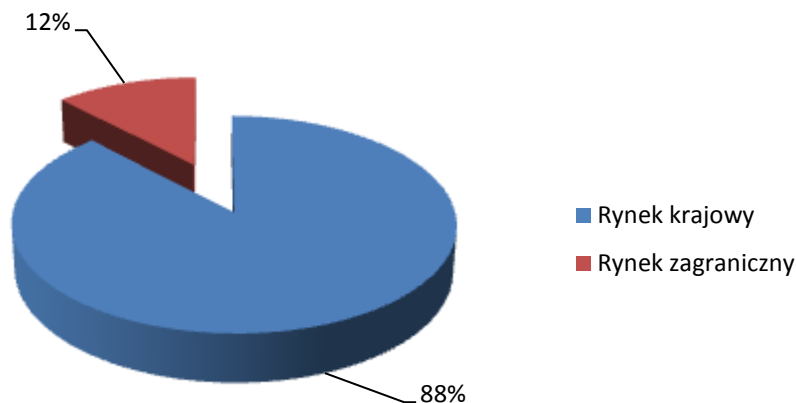
- ciągłego doskonalenia i dopasowywania oferowanych kolekcji do potrzeb klientów,
- optymalizacja procesów zatowarowania sklepów, tak aby znajdowały się w nich te produkty, których klienci tam szukają,
- polepszania zasad zarządzania i nadzorowania pracy sieci,
- wspierania wszystkich marek jak i samej sieci dedykowanymi kampaniami promocyjnymi,
- kontynuowanie polityki rozwoju sieci multibrandowej oraz stałego monitoringu efektywności poszczególnych sklepów. Placówki nierentowne oraz nie dające – w naszej ocenie – potencjału na uzyskanie rentowności będą zamykane
- inicjowania i wspierania działań polepszających skuteczność sieci
- nieustanne poszukiwania nowych rynków zbytu i rozwoju (kanał rosyjski) oraz rozwijanie istniejących jak i nowych kanałów dystrybucji.

Powyższe informacje dotyczące wyników rynku modowego obejmują rezultaty działań zarówno w Polsce jak i zagranicą. Wynika to z założenia, że rynki zagraniczne de facto są jednym z kanałów dystrybucji, a koszty stworzenia produktu są wspólne dla całej działalności na rynku modowym i relatywnie niezależne od skali działania. Dlatego poniżej pokazano strukturę sprzedaży w podziale na: Polskę, która nadal jest rynkiem dominującym oraz inne kraje.

Tabela nr 14. Struktura sprzedaż towarów i usług na rynku modowym w podziale geograficznym za pierwsze półrocze 2011 r. i 2010 r.

	1H 2011		1H 2010		zmiana %
Rynek krajowy	73 685	88%	59 022	92%	25%
Rynek zagraniczny	10 105	12%	5 222	8%	94%
	83 790		64 244		30%

Wykres nr 3. Geograficzna struktura sprzedaży rynku modowego Grupy Kapitałowej Redan w pierwszym półroczu 2011 r.



W pierwszym półroczu 2011 r. miały miejsce znaczące zmiany w ukraińskim kodeksie podatkowym oraz innych ustawach gospodarczych, co w konsekwencji przełożyło się na zmianę zasad funkcjonowania sieci franczyzowej Redan na tym rynku. Dzięki sprawnemu zaadaptowaniu się do nowej sytuacji nie mają one wpływu na praktyczne warunki prowadzenia działalności na Ukrainie. Zmiany te spowodowały jednak, że przejściowo w I połowie roku zmniejszyło się zainteresowanie przedsiębiorców otwieraniem nowych sklepów franczyzowych. Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania zainteresowanie to powoli rośnie.

Realizując strategię ekspansji na kolejne rynki o dużym potencjale rozwoju Grupa Redan utworzyła spółkę zależną Redan Moscow OOO z siedzibą w Moskwie oraz zawarła umowę z rosyjskim partnerem – firmą Vneshtorg OOO. Na podstawie tej umowy strony będą współpracować w zakresie rozwoju segmentu modowego (marki Top Secret, Troll i Drywash) na rynku rosyjskim poprzez budowę sieci sklepów franczyzowych. Założony plan rozwoju zakłada pozyskanie do końca 2014 r. 82 takich sklepów, z tego 10 do końca br. W okresie tych 3,5 roku na tym rynku zostaną zrealizowane przychody netto ze sprzedaży detalicznej w kwocie ok. 195 mln zł.

Na koniec czerwca roku 2011 r. liczba sklepów na rynku modowym w Polsce i zagranicą wynosiła 203 lokalizacje, w tym 50 salonów multibrandowych Top Secret&Friends (39 własnych oraz 11 franczyzowych), 119 salonów monobrandowych Top Secret (26 własnych, a 93 franczyzowych), oraz 34 sklepy monobrandowe Troll (2 własne, a 32 franczyzowe). Łączna powierzchnia sieci sklepów modowych na koniec pierwszego półrocza wyniosła prawie 30 tys. m<sup>2</sup>.

Rynek mody w pierwszym półroczu 2011 osiągnął wynik lepszy od prognozowanego i znacząco lepszy od zeszłorocznego. Celem Grupy Redan w tym segmencie działalności jest obecnie stopniowe zwiększanie rentowności. Wyniki pierwszego półrocza pokazują, że strategia mająca w efekcie przynieść ten cel jest efektywna i będzie ona zatem kontynuowana.

## **Stanowisko zarządu odnośnie do możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok**

Zarząd Redan SA opublikował w formie raportu bieżącego nr 23/2011 w dniu 30 sierpnia 2011 r. zmodyfikowaną prognozę skonsolidowanych wyników finansowych na rok 2011. Zgodnie z nimi w 2011 r. Grupa Redan ma osiągnąć:

- skonsolidowane przychody netto ze sprzedaży w wysokości 387,5 mln zł.
- skonsolidowany zysk netto w wysokości 10 mln zł

Zarząd Redan S.A. uważa, na podstawie opublikowanych skonsolidowanych wyników finansowych Grupy Redan za pierwsze półrocze 2011 r., że powyższe prognozy są realne do zrealizowania .

## ***Wskazanie czynników, które w ocenie emitenta będą miały wpływ na osiągnięte przez niego wyniki w kolejnych okresach***

Podstawowe czynniki, które w ocenie Zarządu będą miały wpływ na osiągnięte wyniki Grupy Kapitałowej Redan w najbliższej perspektywie:

- tempo wzrostu gospodarczego w Polsce i w krajach, w których działa Grupa oraz związana z nim skłonność do konsumpcji,
- poziom kursu złotego w stosunku do USD (zakupy importowe) i EUR (czynsze denominowane w tej walucie na rynku modowym),
- ocena Klientów kolekcji jesień zima 2011/2012 wprowadzanej do sklepów na rynku modowym,
- dynamika rozwoju na rynkach zagranicznych, w tym przyjęcie oferty Grupy Redan na rynku rosyjskim,
- realizowane działania mające na celu optymalizację ponoszonych kosztów działalności,
- skuteczność prowadzonych działań marketingowych,
- możliwość pozyskania kapitału obrotowego zwiększającego możliwości rozwojowe Grupy.

## ***Czynniki mogące mieć wpływ na funkcjonowanie Grupy Redan***

Na rozwój Grupy Redan na rynku modowym i dyskontowym wpływ wywierają zarówno czynniki zewnętrzne, które są niezależne od spółek z Grupy oraz czynniki wewnętrzne, ściśle związane z prowadzoną działalnością handlową.

## ***Zewnętrzne czynniki istotne dla rozwoju Redan***

### **Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną i zmniejszeniem się tempa wzrostu gospodarczego w Polsce**

Dla Grupy Redan szczególne znaczenie ma sytuacja makroekonomiczna i tempo wzrostu ekonomicznego w Polsce, a zwłaszcza takie czynniki zewnętrzne jak: polityka gospodarcza rządu, decyzje podejmowane przez Narodowy Bank Polski oraz Radę Polityki Pieniężnej mające wpływ na podaż pieniądza, wysokość stóp procentowych i kursów walutowych, system podatkowy, tempo wzrostu PKB, poziom inflacji, stopa bezrobocia. Niekorzystne zmiany w otoczeniu makroekonomicznym, w szczególności spowolnienie tempa wzrostu gospodarczego w Polsce i wzrost stopy bezrobocia mogą wpływać na ograniczenie dochodów ludności, a tym samym na spadek popytu na oferowaną przez Spółkę odzież, negatywnie oddziałując na wyniki ekonomiczne osiągnięte przez Spółkę i Grupę Kapitałową.

Czynnikiem redukującym ryzyko istotnego pogorszenia wyników w przypadku osłabienia koniunktury gospodarczej jest prowadzona przez Grupę Kapitałową strategia dywersyfikacji poprzez oferowanie szerokiego asortymentu towarów skierowanych do różnych grup klientów (działalność zarówno na rynku modowym, jak i dyskontowym).

Rok 2010 przyniósł ożywienie w gospodarce polskiej oraz wzrost popytu konsumentów, w tym zapotrzebowania na odzież. Pierwsze półrocze 2011 było kontynuacją tego trendu.

### **Ryzyko zmiany przepisów celnych i podatkowych**

Przepisy celne i podatkowe zarówno polskie jak i krajów gdzie Grupa prowadzi działalność mają duże znaczenie dla funkcjonowania Grupy Redan, gdyż spółki z Grupy zlecają produkcję i importują odzież głównie z krajów azjatyckich – Chin, Indii, Bangladeszu i Turcji oraz działają na rynkach będących poza Unią Europejską. Częste nowelizacje, niespójność oraz brak jednolitej interpretacji przepisów prawa podatkowego pociągają za sobą potencjalne ryzyko niewłaściwej kwalifikacji dokonanych czynności prawnych. Regularnie zmieniane są również taryfy celne. Z jednej strony może to w istotny sposób wpłynąć na otoczenie gospodarcze i konkurencyjność firmy. Z drugiej – podwyższa ryzyko nieprawidłowej kwalifikacji importowanych towarów do odpowiednich kodów celnych, a tym samym nieprawidłowe naliczenie należności celnych. W celu minimalizowania tego ryzyka Grupa Redan korzysta ze specjalistycznego oprogramowania z regularnie aktualizowaną taryfą celną.

### **Ryzyko zmiany kursów walut**

Działalność operacyjna Grupy Redan opiera się na korzystaniu z outsourcingu. Produkcja większości towarów dla marek Top Secret, Troll i Drywash jest zlecana kontrahentom z krajów Dalekiego Wschodu (np. Chiny, Indie, Bangladesz). Obecnie podjęte zostały także działania mające na celu rozszerzenie zakupów dla sieci Textilmarket w formie importu bezpośredniego. W związku z tym duża część naszych zobowiązań nominowana jest i będzie w USD, podczas gdy większość przychodów realizowanych jest w walutach krajowych krajów, w których działamy. Szybkie, nagłe i niespodziewane wzmocnienie kursu USD w stosunku do PLN może mieć negatywny wpływ na osiągnięte przez Grupę Redan wyniki finansowe.

Grupa narażona jest również na ryzyko walutowe związane z wahaniami kursu EUR. W ramach prowadzonych detalicznych sieci handlowych wynajmujemy powierzchnie sprzedaży w centrach handlowych dla marek Top Secret, Troll i Drywash, w których koszt najmu i usług dodatkowych nominowany jest zazwyczaj w EUR. Wzrost kursu EUR w stosunku do PLN wpływa na podwyższenie bieżących kosztów utrzymania placówek handlowych, co może mieć negatywny wpływ na osiągnięte przez Grupę Redan wyniki finansowe.

Wyniki dotychczasowej działalności Grupy Redan wskazują, że znaczące zmiany w strukturze kursów walut mogą być w dłuższym okresie czasu przeniesione na ceny sprzedaży towarów. Na bieżąco analizujemy rynek walutowy. Ponadto dotychczasowe doświadczenie wskazuje, że sieć Textilmarket jest odporna na negatywne zmiany kursu USD/PLN - co stopniowo wraz z rozwojem importu bezpośredniego dla tej sieci będzie się zmieniać, a czynsze za sklepy w tej sieci są nominowane praktycznie wyłącznie w PLN, przez co nie jest ona narażona na ryzyko wahań kursu EUR/PLN.

### **Ryzyko wzrostu kosztów wytworzenia u dostawców**

Grupa Redan zleca produkcję odzieży firmom zlokalizowanym w państwach o niższych kosztach wytwarzania (m.in. Chiny, Bangladesz, Indie). Aktualnie współpracujemy z kilkudziesięcioma partnerami realizującymi na nasze zlecenie produkcję odzieży pod naszymi markami własnymi (Top Secret, Troll i Drywash). Zlecenie zamówień zewnętrznym dostawcom pozwala osiągnąć założoną różnorodność oferty i jej dopasowanie do potrzeb klientów, ograniczyć koszty wytworzenia, zwiększyć realizowaną marżę i w konsekwencji poprawiać efektywność sprzedaży.

Na rynkach surowcowych widoczne jest od kilkunastu miesięcy spekulacyjne rozchwianie cen bawełny. Jego dynamika zwiększyła się w II połowie 2010 roku, osiągając swoje apogeum na przełomie roku. Obecnie bawełna jest w silnym trendzie spadkowym.



Jednak musimy tu pamiętać iż proces zamówienia i kontraktowania kolekcji jest procesem rozłożonym w czasie. Ponadto w Chinach – na głównym nadal rynku, na którym są produkowane towary dla rynku modowego Grupy – wyraźnie występuje presja wzrostu cen. Chiński indeks PPI (Producer Price Index) dla przemysłu tekstylnego wzrósł o 18,8% r/r, a w kwietniu 2011 o 17,4%.

Oba te czynniki powodują, że istnieje ryzyko niestabilności i wzrostu cen zakupu towarów.

Ryzyko to jest częściowo minimalizowane poprzez poszukiwanie dostawców z innych niż Chiny krajów, wprowadzanie w towarach modyfikacji zmniejszających wpływ cen bawełny na koszty zakupu, powiększając liczbę zamówionych sztuk w serii, zwiększając możliwości negocjacyjne czy proponując bardziej korzystne dla dostawców formy płatności.

### **Ryzyko wzrostu konkurencji ze strony krajowych i zagranicznych dystrybutorów odzieży**

Polski rynek odzieży, ze względu na swoją wielkość jak i dotychczasowe tempo rozwoju, postrzegany jest jako atrakcyjny zarówno ze strony krajowych, jak i zagranicznych konkurentów prowadzących działalność o profilu zbliżonym do działalności Grupy Redan. Widząc szanse i potencjał rozwoju rynku, konkurenci systematycznie rozbudowują swoje sieci dystrybucji oraz prowadzą promocję konkurencyjnych marek odzieży. Można oczekiwać, że wraz ze wzrostem stopnia nasycenia rynku walka konkurencyjna pomiędzy poszczególnymi podmiotami będzie ulegała nasileniu, co może negatywnie wpłynąć zarówno na wielkość przychodów, jak i rentowność naszej Grupy Kapitałowej.

Ze względu na (I) dywersyfikację grup docelowych klientów, a tym samym oferowanego asortymentu, (II) skuteczną i efektywną kontrolę kosztów dystrybucji jak i efektywności działania sieci sprzedaży (III) położenie konsekwentnego nacisku na marketing i promocję własnych marek, (IV) dywersyfikację kanałów dystrybucji na sklepy detaliczne mono- i multibrandowe oraz sklep on-line, Grupa Redan minimalizuje ryzyko potencjalnego zagrożenia ze strony konkurencji.

### **Ryzyko związane z warunkami pogodowymi**

W długim okresie, czynniki pogodowe i klimatyczne nie wpływają na rozwój Grupy Redan, jednak w okresie pojedynczego sezonu negatywny lub pozytywny rozkład warunków pogodowych może w istotny sposób wpływać na sprzedaż, a w konsekwencji na wysokość generowanych marż oraz wartość zapasów. Niekorzystne warunki atmosferyczne, np. długa i ciepła jesień, zmniejsza skłonność do zakupu ubrań zimowych, co w istotny sposób może wpłynąć na popyt w pierwszych miesiącach sezonu, gdy realizowane są najwyższe marże. Może to powodować realizację niższych marż, gdyż nasza strategia zakłada wyprzedaż towarów zakupionych na dany sezon, również w sytuacji, gdy oznacza to znaczne obniżenie cen towarów.

### **Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży i marży**

W działalności Grupy Redan – podobnie jak wszystkich podmiotów sprzedających odzież – widoczna jest wyraźna sezonowość sprzedaży i realizowanej marży handlowej. Na rynku modowym (marki Top Secret, Troll i Drywash) realizowane marże procentowe są dużo (czasami nawet kilkukrotnie) wyższe na początku sezonu (marzec-maj i wrzesień-listopad), niż w okresie wyprzedaży (styczeń-luty i lipiec-sierpień). Na rynku dyskontowym (sieć Textilmarket) – przeciwnie – marża procentowa praktycznie nie podlega wahaniom.

Poziom sprzedaży na obu rynkach rozkłada się podobnie - najwyższe obroty są realizowane w IV kwartale, a najniższe – w I kwartale kalendarzowym.

Występujące sezonowo zmiany popytu zwiększają zapotrzebowanie na kapitał obrotowy oraz wpływają na zwiększanie się stanu zapasów. W związku z występującą sezonowością przywiązujemy szczególną uwagę do efektywności prowadzonych działań logistycznych, których celem jest maksymalne skrócenie dostaw towarów dla klientów.

### **Ryzyko związane ze zmianami w trendach mody**

Rynek odzieżowy podlega zmianom mody, co zmusza firmy do ciągłego podążania za zmieniającymi się tendencjami. Ewentualne niedopasowanie oferty asortymentowej do oczekiwań klientów stwarza ryzyko powstania zapasów trudno zbywalnych, czy też ich sprzedaży po znacznie obniżonych cenach. Ryzyko to rośnie w sytuacji, gdy firma poszerza ofertę o nowe asortymenty. Ryzyko to jest minimalizowane poprzez różnorodność oferowanych kolekcji. Dla każdej z marek Grupy Redan oddzielne zespoły projektantów przygotowują kolekcję na nadchodzące sezony zgodnie z obowiązującymi trendami w modzie. Ponadto dział produktu nieustannie analizuje zmieniające się trendy w modzie, dostosowując się do potrzeb konsumentów. Zarząd Grupy Redan zwraca szczególną uwagę na ten element działalności operacyjnej mając świadomość jej ogromnego wpływu na osiągnięte wyniki finansowe.

W skali całej Grupy Redan ten czynnik ryzyka jest minimalizowany dzięki dywersyfikacji działalności, gdyż nie ma on praktycznie żadnego wpływu na segment dyskontowy.

### **Wewnętrzne czynniki istotne dla rozwoju Grupy Kapitałowej Redan**

#### **Ryzyko związane z długim procesem produkcji odzieży**

Specyfika prowadzonej przez nas działalności polega na zleceniu szycia odzieży głównie w krajach Dalekiego Wschodu. Cały proces produkcyjno-logistyczny, począwszy od zaprojektowania kolekcji, aż do dostarczenia gotowych wyrobów do Polski trwa blisko rok. Spółki z Grupy Redan muszą odpowiednio wcześniej zidentyfikować trendy, jakie będą obowiązywały w modzie oraz preferencje klientów w następnych sezonach, przygotować modele ubrań, zweryfikować jakość otrzymanych od zagranicznych producentów próbek kolekcji, uruchomić produkcję oraz zapewnić kompleksową logistykę dostaw. Skomplikowanie



logistyczne procesu produkcji i importu odzieży może przyczyniać się do opóźnień w terminowej realizacji dostaw, negatywnie wpływając na efektywność funkcjonowania Grupy Redan.

Ryzyko to praktycznie nie dotyczyło sieci sklepów Textimarket, gdzie większość produktów jest kupowana na bieżąco od dostawców krajowych. Jednak wdrażany stopniowy wzrost bezpośrednich zakupów importowych dla tej sieci będzie także wpływał na wydłużenie okresu pozyskania towarów. Bezpośredni import towarów dla sieci Textimarket w przewidywalnej dziś perspektywie czasu nie przekroczy jednak 50% jej zakupów.

### **Ryzyko niewłaściwej lokalizacji sklepów**

Strategia rozwoju Grupy Redan opiera się na rozbudowie sieci sklepów marek z portfela Grupy. Otwieranie nowych salonów sprzedaży niesie ze sobą ryzyko nietrafionych lokalizacji. W związku z tym przychody realizowane przez dany sklep mogą nie osiągnąć zakładanego poziomu.

W przypadku sklepów własnych na rynku modowym (sklepy Top Secret, Troll, Top Secret & Friends ) ich likwidacja wiąże się z utratą dużych nakładów poniesionych na adaptację lokalu oraz koniecznością poniesienia wysokich kosztów, w tym przede wszystkim kosztów rozwiązania długoterminowych umów najmu zawartych na czas określony bez możliwości ich wcześniejszego wypowiedzenia. Te czynniki ryzyka nie dotyczą rynku dyskontowego (sieć Textimarket), ponieważ nakłady na adaptację lokali sklepowych są dużo niższe, a umowy najmu zazwyczaj są zawarte na czas nieoznaczony z możliwością ich wypowiedzenia.

Ograniczamy to ryzyko m.in. poprzez dogłębną analizę potencjalnych nowych lokalizacji. Ponadto liczba posiadanych sklepów ogranicza wpływ wyników jednostkowej lokalizacji na sytuację finansową naszej Grupy. Dodatkowo umowy najmu na czas określony są zawierane przez spółki sklepowe z Grupy Redan.

### **Ryzyko związane z wypowiedzeniem umów franczyzowych i umów najmu**

Umowy franczyzowe zawierane są na czas nieokreślony i strony mają możliwość ich rozwiązania z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia. Wypowiedzenie w krótkim okresie istotnej liczby umów przez franczyzobiorców mogłoby spowodować pogorszenie wyników finansowych Grupy Redan.

W sieci Textimarket umowy najmu zawierane są obecnie w dominującej większości na czas określony (5 lat). Wynajmujący nie ma możliwość ich rozwiązania przed, natomiast Najmujący ma możliwość rozwiązania umowy w przypadku zajścia pewnych czynników związanych z minimalną wartością obrotu sklepu. Ryzyko wypowiedzenia w krótkim okresie czasu istotnej liczby umów przez wynajmujących jest skutecznie minimalizowane.

### **Ryzyko związane z uzależnieniem od kadry zarządzającej**

Sukces Grupy Redan zależy w dużej mierze od jakości pracy wysoko wykwalifikowanej kadry kierowniczej, w tym zwłaszcza członków zarządu oraz dyrektorów najwyższego szczebla. Kadra menedżerska w Grupie Redan liczy ponad 50 osób. Utrata kluczowych pracowników może wywrzeć niekorzystny wpływ na działalność i wyniki finansowe Grupy Redan.

Ryzyko ograniczane jest poprzez atrakcyjny system motywacyjny dla kluczowych kierowników.

### **Ryzyko awarii systemu komputerowego**

Skuteczność działania Grupy Kapitałowej Redan związana jest między innymi z drożnością i niezawodnością działania zintegrowanego systemu zarządzania klasy ERP II oraz rozległej sieci teleinformatycznej.

Dodatkowym elementem gwarantującym bezpieczeństwo jest korzystanie z rozwiązań serwerowych renomowanych dostawców, dostosowanych na etapie wdrożenia pod specyficzne wymagania Grupy Kapitałowej. Stała modernizacja infrastruktury informatycznej w połączeniu z kompleksowymi umowami gwarancyjnymi oraz wsparciem technicznym (współpraca z wyspecjalizowanymi firmami informatycznymi) daje gwarancję

niezawodności działania systemów informatycznych. Spółka przywiązuje również szczególną wagę do bezpieczeństwa przechowywanych danych. Obecnie prowadzone są prace mające na celu wymianę systemu sklepowego w całej sieci sprzedaży.

### **Ryzyko kredytowania odbiorców**

W przypadku umów franczyzowych istnieje potencjalnie ryzyko utraty powierzonego kontrahentom majątku. Ryzyko to jest zminimalizowane poprzez wdrożenie procedur bieżącego monitoringu należności handlowych, w tym przez nałożenie na franczyzobiorców obowiązku wpłat co najmniej 2 razy w tygodniu utargów handlowych do naszych spółek zależnych. Franczyzobiorcy są przy tym sprawdzonymi partnerami, a w umowach franczyzowych wprowadzono zabezpieczenia majątkowe takie jak: blokada na rachunku bankowym, gwarancje bankowe, gwarancje ubezpieczeniowe lub hipoteka.

W przypadku sprzedaży hurtowej do odbiorców zagranicznych również istnieje ryzyko utraty należności za towar, jest ono jednak minimalizowane przez współpracę wyłącznie z wiarygodnymi i wypłacalnymi płatnikami oraz wymaganiem od nich także zabezpieczeń w postaci gwarancji bankowych lub ubezpieczeniowych, a w wyjątkowych sytuacjach także innych.

### **Ryzyko związane z finansowaniem kredytowym**

W pierwszym kwartale 2011 r. Redan zawarł z DZ Bank Polska S.A. umowy kredytowe do wartości 21 mln zł na okres do dnia 24 marca 2014 r. oraz Grupa Redan uzyskała odnawialny kredyt do limitu 14 mln zł.

Na podstawie zawartych umów kredytowych ustanowiono na rzecz DZ Bank Polska S.A. zabezpieczenia spłaty między innymi w postaci weksla „In blanco” Redan S.A., poręczenia cywilnego przez „Adesso Sp. z o.o.” SKA, zastawu rejestrowego na zapasach i udziałach 2 spółek zależnych.

Istnieje ryzyko, że w przypadku naruszenia przez Grupę Redan warunków umowy Bank może wypowiedzieć umowy kredytowe oraz zaspokajać swoje wierzytelności w drodze egzekucji z tych składników majątku.

### **Ryzyko związane ze strategią podatkową**

Spółkę obciąża ryzyko niewykorzystania możliwości rozliczenia strat podatkowych z lat ubiegłych. W przypadku nieosiągnięcia dochodów podatkowych w terminach umożliwiających rozliczenie strat istnieje ryzyko konieczności dokonania korekt utworzonych aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego i obniżenia bieżącego wyniku finansowego.

## **5. Informacje dodatkowe**

### ***Odbiorcy***

W pierwszym półroczu 2011 roku sprzedaż detaliczna stanowiła 96 % przychodów Grupy Redan

W opinii Zarządu Grupa Redan nie jest uzależniona od żadnego z odbiorców.

### ***Dostawcy***

Część modowa Grupa konsekwentnie dokonywała zakupów w krajach Dalekiego Wschodu starając się jak najbardziej zdywersyfikować sieć swoich dostawców w tamtym rejonie świata. Natomiast część dyskontowa Grupy dokonywała większości zakupów u polskich dostawców – producentów i importerów. Obecnie prowadzone są działania mające na celu rozwój importu własnego także dla sieci Textilmarket. Zgodnie z aktualnymi założeniami osiągnie on docelowo ok. 50% łącznej wartości zakupu tej sieci.

Liczba dostawców Grupy Redan systematycznie wzrasta na skutek powiększania oferty asortymentowej i wzorniczej oraz rozwijania portfela marek skierowanych do zróżnicowanych grup odbiorców. Grupa Redan

posiada ugruntowane doświadczenie pozwalające na lokowanie produkcji u producentów oferujących relację jakości i ceny właściwą dla grup docelowych poszczególnych marek.

W opinii Zarządu Grupa Redan nie jest uzależniona od żadnego z dostawców.

### **Dodatkowe informacje**

- Na dzień 30 czerwca 2011 r. Grupa Kapitałowa Redan nie była stroną postępowań przed sądem lub innym organem o zobowiązania lub wierzytelności o łącznej wartości co najmniej 10% kapitałów własnych.
- Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premiowych opartych na kapitale Spółki wypłaconych osobom zarządzającym i nadzorującym została podana w Informacji Dodatkowej do Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy Kapitałowej Redan za pierwsze półrocze 2011 r.

### **Umowy ubezpieczenia**

Spółki z Grupy Redan objęte są ochroną ubezpieczeniową wynikającą z polis ubezpieczeniowe obejmujące:

- 1) ubezpieczenie środków obrotowych:
  - a. od ognia i innych zdarzeń losowych,
  - b. od kradzieży z włamaniem i rabunku,
  - c. w transporcie lądowym,
  - d. w transporcie morskim;
- 2) ubezpieczenie środków trwałych:
  - a. od ognia i innych zdarzeń losowych,
  - b. od kradzieży z włamaniem i rabunku,
- 3) floty samochodowej w zakresie OC, AC oraz NW;
- 4) ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej.

Umowy ubezpieczenia są zawierane na 1 rok i regularnie odnawiane przed terminem ich upływu po uwzględnieniu zmian w wartości ubezpieczanego majątku.

### **Umowy akcjonariuszy Redan S.A. wpływające na działalność Grupy Redan**

Spółka nie posiada informacji o umowach, których stroną są akcjonariusze Redan SA, a które mogłyby mieć znaczący wpływ na działalność Spółki lub Grupy Redan.

### **Informacje o zaciągniętych kredytach, umowach pożyczek i udzielonych poręczeniach i gwarancjach**

#### **Kredyty zaciągnięte przez spółki Grupy Redan**

W dniu 24 marca 2011 r. Redan zawarł z DZ Bank Polska S.A. umowy kredytowe:

- (I) na refinansowanie zobowiązań wobec BRE Bank S.A., Pekao S.A. oraz Banku Millennium S.A. (całość zadłużenia wobec tych banków została już spłacona) do wartości 21 mln zł na okres do dnia 24 marca 2014 r. oraz
- (II) na odnawialny limit kredytowy do kwoty 14 mln zł.

Szczegółowe dane zostały zamieszczone w Informacji Dodatkowej do Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy Kapitałowej Redan za pierwsze półrocze 2011.

#### **Kredyty i pożyczki udzielone przez Spółki Grupy Redan**

Na dzień 30 czerwca 2010 roku Redan SA udzielił pożyczek na łączną kwotę 3 240 tys. zł. Spółka Top Secret Sp. z o.o. udzieliła pożyczek na kwotę 110 tys. zł. łączn wartość bilansowa po uwzględnieniu odpisów aktualizujących wartość pożyczek wynosi 2 270 tys. zł.

Szczegółowe dane zostały zamieszczone w Informacji Dodatkowej do Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy Kapitałowej Redan za pierwsze półrocze 2011.

### **Udzielone poręczenia i gwarancje**

Wartość udzielonych poręczeń i gwarancji według stanu na koniec czerwca 2011 r. w Grupie Kapitałowej Redan przez Redan S.A.

Tabela nr 15. Wartość poręczeń i gwarancji udzielonych przez Redan S.A. na 30 czerwca 2011 r.

w tys.	Wartość w PLN	Wartość w EUR
Poręczenia	292	35
Gwarancje	1 358	769

Szczegółowe dane zostały zamieszczone w Informacji Dodatkowej do Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy Kapitałowej Redan za pierwsze półrocze 2011.

Zestawienie poręczeń, przystąpień do długu podmiotów powiązanych na rzecz Redan S.A.

Tabela nr 16. Wartość poręczeń udzielonych na rzecz Redan S.A. na dzień 30 czerwca 2011 r.

Podmioty powiązane	Tytuł	Kwota
Adesso sp. z o.o. SKA,	Zobowiązania wobec DZ Banku	19 937 666,21 zł
Adesso sp. z o.o. SKA,	Zobowiązania wobec DZ Banku	3 828 154,57 zł

Tabela nr 17. Wartość poręczeń udzielonych na rzecz Top Secret Sp. z o.o. na dzień 30 czerwca 2011 r.

Podmioty powiązane	Tytuł	Kwota
Adesso sp. z o.o. SKA,	Zobowiązania wobec DZ Banku	3 866 176,86 zł

Szczegółowo informacja znajduje się w Informacji Dodatkowej do Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy Kapitałowej Redan za pierwsze półrocze 2011 r.

### ***Emisje papierów wartościowych***

W okresie objętym sprawozdaniem Emitent nie dokonywał emisji dłużnych i kapitałowych papierów wartościowych.

### ***Transakcje z podmiotami powiązanymi***

Charakter transakcji z podmiotami powiązanymi opisują szczegółowo tabele umieszczone w Informacji Dodatkowej do Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy Kapitałowej Redan za pierwsze półrocze 2011 – pkt. 8. Wszystkie transakcje zawarte przez emitenta z podmiotami powiązanymi w okresie sprawozdawczym zostały zawarte na warunkach rynkowych.

Łącznie w 2011r. spółki z Grupy Redan dokonały pomiędzy sobą transakcji:

- 1) sprzedaży towarów handlowych na kwotę 75 961 tys. zł.,
- 2) sprzedaży usług na kwotę 23 593 tys. zł.,
- 3) innej sprzedaży na kwotę 638 tys. zł.

W pierwszym półroczu 2011 roku walne zgromadzenie akcjonariuszy Adesso sp. z o.o. SKA uchwaliło wypłatę dywidendy za rok 2010. Na spółki z Grupy Redan przypada kwota w wysokości 2 981 tys. zł., którą wykazały w przychodach finansowych.

### **Objaśnienia dotyczące sezonowości lub cykliczności działalności emitenta w prezentowanym okresie**

W działalności Grupy Redan – podobnie jak wszystkich podmiotów sprzedających odzież – widoczna jest wyraźna sezonowość sprzedaży i realizowanej marży handlowej. Na rynku modowym (marki Top Secret, Troll i Drywash) realizowane marże procentowe są dużo (czasami nawet kilkakrotnie) wyższe na początku sezonu (marzec-maj i wrzesień-listopad), niż w okresie wyprzedzący (styczeń-luty i lipiec-sierpień). Na rynku dyskontowym (sieć Textilmarket) – przeciwnie – marża procentowa praktycznie nie podlega wahaniom w trakcie roku.

Poziom sprzedaży na obu rynkach rozkłada się podobnie - najwyższe obroty są realizowane w IV kwartale, a najniższe – w I kwartale kalendarzowym.

### **Zatrudnienie**

Informację o zatrudnieniu przedstawiono w Informacji Dodatkowej do Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy Kapitałowej Redan za pierwsze półrocze 2011 – pkt. 9.

### **Osiągnięcia w zakresie badania i rozwoju**

Grupa Kapitałowa Redan nie prowadziła prac w zakresie badania i rozwoju.

### **Oddziaływanie na środowisko**

Podmioty Grupy Kapitałowej Redan nie prowadziły badania oddziaływania działalności na środowisko.

### **Dywidenda**

W pierwszym półroczu 2011 r. Emitent nie wypłacił ani nie deklarował wypłaty dywidendy.

### **Zdarzenia po dniu bilansowym**

Po dniu bilansowym wystąpiły następujące istotne zdarzenia mogące mieć wpływ na sytuację gospodarczą Grupy Redan:

- uzyskanie zgody DZ Banku w zakresie dodatkowego finansowanie Grupy Redan Grupa w formie kredytu lub innego zobowiązania do łącznej kwoty 2 mln USD.

### **Organizacja Grupy Redan**

#### **Zmiany w strukturze Grupy Kapitałowej Redan**

W pierwszym półroczu 2011 r. zaszły zmiany w zakresie organizacji Grupy Redan w zakresie powołania do funkcjonowanie Spółki Redan Moscow OOO. Ponadto zostały wprowadzone zmiany do aktu założycielskiego Top Secret Sp. z o.o. oraz statutu Adesso Sp. z o.o. SKA wprowadzające rady nadzorcze w tych spółkach zależnych. Jest to związane z procesem odchodzenia od unii personalnej łączącej zarząd Redan S.A. z zarządami spółek biznesowych. Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania powyższe zmiany nie zostały jeszcze zarejestrowane w odpowiednich sądach rejonowych.

Redan wraz z podmiotami zależnymi tworzy Grupę Kapitałową. Najważniejsze w niej znaczenie mają:

- **Redan SA** – podmiot dominujący – prowadzi logistykę dla towarów Top Secret, Troll i Drywas a także koordynuje rozwój działalności zagranicznej. Coraz większe znaczenie zyskują jednak zadania związane z zarządzaniem Grupą, organizowaniem finansowania, centralizowaniem wysokospecjalizowanych usług dla spółek z Grupy oraz zarządzaniem prawami do znaków towarowych. Do końca 2012 r. planowane jest zakończenie w Redan działalności ściśle operacyjnej, związanej wprost z obrotem towarowym.

- „Adesso Sp. z o.o.” SKA, w której Redan posiada 99,96% akcji, prowadzi sieć sklepów detalicznych Textilmarket. W tym zakresie zarządza wyborem, zakupem i sprzedażą towarów, wyborem lokalizacji pod sklepy tej sieci i przeprowadza we własnym zakresie także ich adaptację. W Andrychowie prowadzi także centrum magazynowo-logistyczne dla sklepów Textilmarket.
- **Top Secret Sp. z o.o.** – zarządzająca markami Grupy Redan na rynku modowym (Top Secret, Troll a także Drywash), a zatem odpowiadająca za projektowanie, zakup towarów oraz ich sprzedaż, a także prowadząca w Polsce sieci sklepów detalicznych i sprzedaż bezpośrednią.
- **Beta-Reda-Ukraina T.O.W** jest to spółka ukraińska, za pomocą której jest realizowana sprzedaż na Ukrainie wszystkich marek modowych
- **Redan Moscow OOO** jest to spółka rosyjska, za pomocą której będzie realizowana sprzedaż na terytorium Rosji wszystkich marek modowych

Poza tym w skład Grupy Redan wchodzi spółki sklepowe, które mają znaczenie techniczne, tzn. przedmiotem ich działalności jest prowadzenie sklepów detalicznych dla marek modowych z Grupy Redan.

### **Wykaz jednostek podlegających konsolidacji**

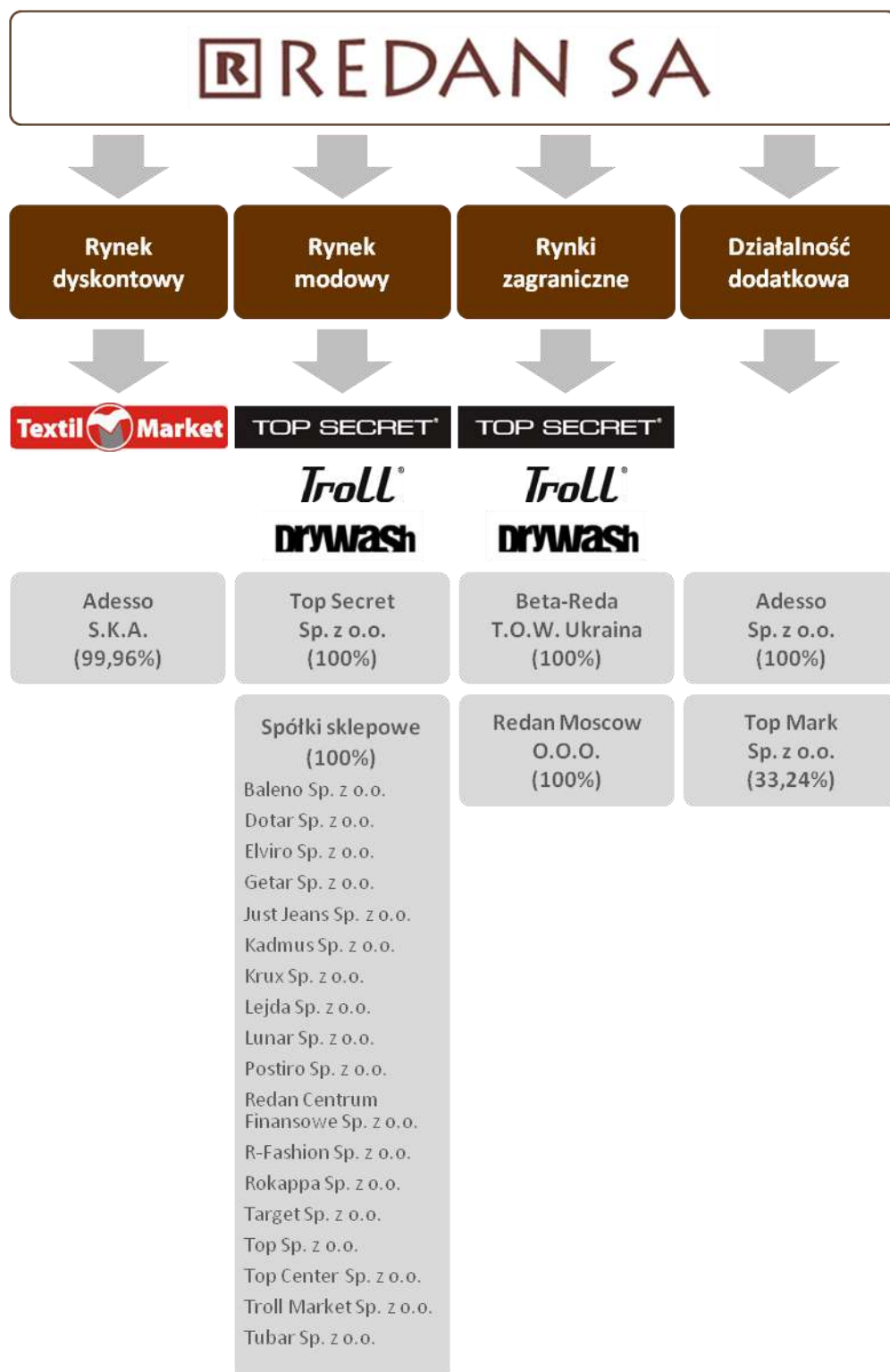
Skonsolidowane sprawozdanie finansowe obejmuje sprawozdanie Redan SA oraz sprawozdania jej jednostek zależnych i spółki stowarzyszonej Top Mark Sp. z o.o. Jednostki zależne podlegają konsolidacji w okresie od dnia objęcia nad nimi kontroli przez Grupę do dnia ustania tej kontroli.

Spółka Top Mark została ujęta w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym metodą praw własności. Jest to jednostka, na którą Grupa wywiera znaczący wpływ. Inwestycja w jednostce stowarzyszonej jest wykazywana w bilansie według ceny nabycia, korygowanej o późniejsze zmiany udziału grupy w aktywach netto tej jednostki. Rachunek zysków i strat odzwierciedla udział Grupy w wynikach działalności jednostki stowarzyszonej. Inwestycja w jednostce stowarzyszonej obejmuje wartość firmy powstałą przy nabyciu (pomniejszoną o umorzenie).

Udziały mniejszości obejmują nie należące do Grupy Redan akcje w spółce Adesso sp. z o.o. SKA.

Za pierwsze półrocze 2011 r. konsolidacją zostały objęte następujące spółki: REDAN SA jako jednostka dominująca, jednostki zależne: Adesso sp. z o.o. SKA, Top Secret sp. o.o., Troll Market sp. z o.o., Target sp. z o.o., RCF sp. z o.o., Top sp. z o.o., Top Center sp. z o.o., Adesso sp. z o.o., Rokappa Sp.z o.o., Baleno sp. z o.o., Krux sp. z o.o., Dotar sp. z o.o., Kadmus sp. z o.o., Top Speed sp. z o.o., Lejda sp. z o.o., Alfa-Reda Ukraina, Beta Reda Ukraina, Redan MOscow OOO Rosja, Getar sp. z o.o., Lunar sp. z o.o., Tubar sp. z o.o., Elviro sp. z o.o., Branto sp. z o.o., Postiro sp. z o.o., R-Fashion sp. z o.o. oraz jednostka stowarzyszona Top Mark sp. z o.o.

Diagram nr 2. Struktura Grupy Kapitałowej Redan na dzień sporządzenia sprawozdania



## **Organy zarządzające i nadzorujące**

### **Stan posiadania akcji Redan SA oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Redan SA przez członków Zarządu**

Poniższa tabela przedstawia liczbę akcji Redan będących w posiadaniu członków zarządu na dzień sporządzenia sprawozdań finansowych.

Tabela nr 18. Liczba akcji Redan SA posiadanych przez członków zarządu

	Stan na 22.04.2011	Stan na 30.08.2011
Bogusz Kruszyński - Prezes Zarządu	186 020	0
Michał Kałużyński - Wiceprezes Zarządu	8 445	8 445

Ponadto małżonka Bogusza Kruszyńskiego, Prezesa Zarządu Redan S.A., posiada 186 020 akcji zwykłych na okaziciela Spółki.

### **Stan posiadania akcji Redan SA oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Redan SA przez członków Rady Nadzorczej**

Poniższa tabela przedstawia liczbę akcji Redan będących w posiadaniu członków rady nadzorczej na dzień sporządzenia sprawozdania.

Tabela nr 19. Liczba akcji Redan SA posiadanych przez członków rady nadzorczej

	Stan na 22.04.2011	Stan na 30.08.2011
Jacek Jaśkiewicz	3 500	3 500
Piengjai Wiśniewska (wraz z Ores sp. z o.o.)	1 056 240	1 056 240
Radosław Wiśniewski	13 232 300	13 232 300

Ponadto małżonek Pani Doroty Cacek, członka Rady Nadzorczej Redan S.A., posiada 3.250.000 akcji zwykłych na okaziciela Spółki, które uprawniają do wykonywania 10,16% głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy.

Zgodnie z najlepszą wiedzą Spółki członkowie Rady Nadzorczej nie posiadają akcji lub udziałów w podmiotach powiązanych z Redan SA podlegających konsolidacji.

### **Zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących emitenta w okresie objętym sprawozdaniem**

Na dzień 30 czerwca 2011 r. Zarząd Redan SA działał w następującym składzie:

- Bogusz Kruszyński – Prezes Zarządu
- Michał Kałużyński – Wiceprezes Zarządu

W okresie objętym powyższym sprawozdaniem wystąpiły następujące zmiany w składzie Zarządu Redan S.A.:

- 12 stycznia 2011 r. – Piotr Kulawiński zrezygnował ze stanowiska Prezesa Redan S.A.
- 12 stycznia 2011 r. – Bogusz Kruszyński została powołany na stanowisko Prezesa Redan S.A.

Na dzień 30 czerwca 2011 r. Rada Nadzorcza spółki działała w składzie:

- Radosław Wiśniewski – Przewodniczący Rady Nadzorczej
- Dorota Cacek – Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej
- Piengjai Wiśniewska – Członek Rady Nadzorczej



- Monika Miłkowska-Bruczko – Członek Rady Nadzorczej
- Tomasz Świeboda – Członek Rady Nadzorczej
- Jacek Jaśkiewicz – Członek Rady Nadzorczej
- Sławomir Lachowski – Członek Rady Nadzorczej

W okresie objętym powyższym sprawozdaniem wystąpiły następujące zmiany w składzie Rady Nadzorczej Redan S.A.:

- W dniu 15 czerwca 2011 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy Redan S.A. powołał na nowa kadencję dotychczasową Radę Nadzorczą poszerzając jej skład o osobę Sławomira Lachowskiego

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania składu Zarządu i Rady Nadzorczej Redan S.A. pozostają bez zmian.

**Umowy między spółką a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska**

Warunki powołania członków zarządu Redan w przypadku odwołania ich z zajmowanych stanowisk lub nie powołania do zarządu kolejnej kadencji określają, że przysługuje im wtedy odprawa w wysokości sześciomiesięcznego wynagrodzenia. Poza tym Redan nie zawarł z żadną z osób zarządzających umowy przewidującej rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia emitenta przez przejęcie.

**Akcjonariusze**

Wykaz akcjonariuszy posiadających na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania ponad 5% akcji Redan SA przedstawiony został w tabeli poniżej.

Tabela nr 20. Wykaz akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% akcji Redan SA

Stan na 30.08.2011 r.	liczba akcji	% kapitału akcyjnego	liczba głosów	% głosów na WZA
Radostaw Wiśniewski	13 232 300	49,12%	17 937 100	56,07%
Sylwester Cacek	3 250 000	12,06%	3 250 000	10,16%

Do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania nastąpiły następujące zmiany w akcjonariacie (poza akcjami pozostającymi w publicznym obrocie) Redan S.A.:

- w dniu 30 czerwca 2011 r., w wyniku transakcji sesyjnej pakietowej na Giełdzie Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie, p Sylwester Cacek zbył 900 000 akcji po cenie 7,20 zł każda,
- w dniu 04 lipca 2011 r. w wyniku transakcji sesyjnej pakietowej na Giełdzie Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie p Sylwester Cacek zbył 1 320 000 szt. akcji po cenie 7,20 zł każda.

***Stan posiadania akcji własnych przez REDAN SA, jednostki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej oraz osoby działające w ich imieniu***


Akcje Redan SA nie są w posiadaniu Redan SA, jednostek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej oraz osób działających w ich imieniu, z wyjątkiem członków zarządu Redan SA.

## Oświadczenie Zarządu

Zarząd oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy skonsolidowane sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy Kapitałowej Redan oraz jej wyniki finansowe oraz, że sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Redan zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

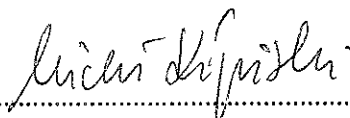
Zarząd oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz że podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący tego badania spełniali warunki do wydania bezstronnej i niezależnej opinii i raportu z badania, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Łódź, 30 sierpnia 2011r.



---

Bogusz Kruszyński - Prezes Zarządu



---

Michał Kałużyński - Wiceprezes Zarządu