



R REDAN SA

TOP SECRET TROLL drywash TXM

Prezentacja wyników za 1-3Q 2017 r.

Warszawa, 16 listopada 2017 r.



Segmenty Grupy Redan

REDAN SA

rynek modowy

TOP SECRET TROLL DryWash



100% kapitału akcyjnego
100% liczby głosów na WZA

rynek dyskontowy

TXM



56,45% kapitału akcyjnego
67,95% liczby głosów na WZA



Wyniki Top Secret

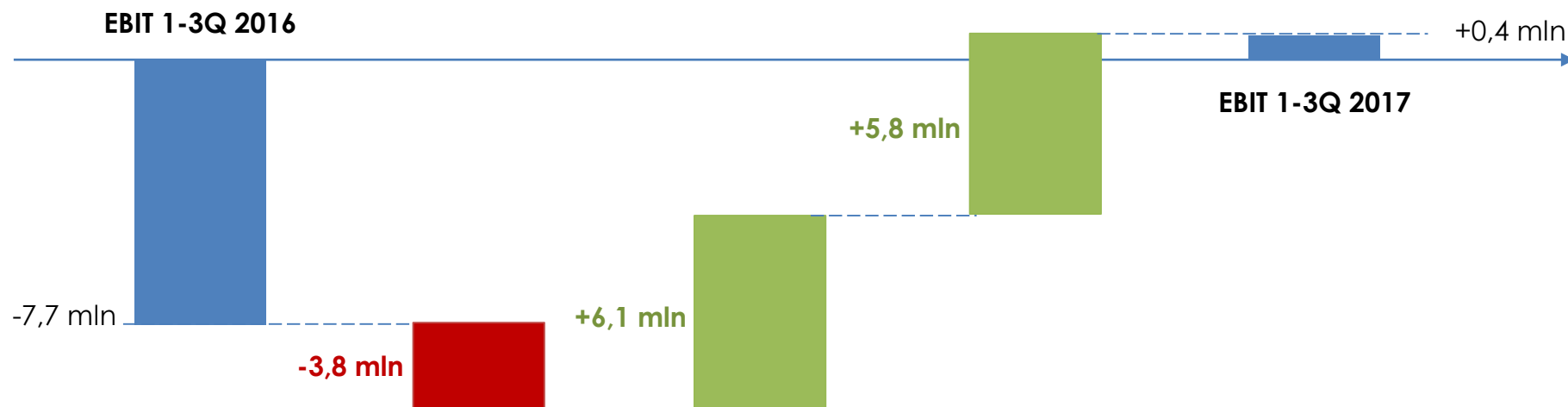
Wybrane pozycje. Dane w mln zł	1-3Q 2017 r.	1-3Q 2016 r.	zmiana %
Sprzedaż	168,4	175,7	-4,1%
Marża handlowa	75,6	73,3	3,2%
<i>marża %</i>	44,9%	41,7%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	75,3	81,1	-7,2%
Wynik na działalności operacyjnej (EBIT)	0,4	-7,7	
Saldo przychodów i kosztów finansowych	-1,8	1,9	
Wynik przed opodatkowaniem	-1,4	-5,8	

- Radykalnie poprawiliśmy wynik na działalności operacyjnej **+8,1 mln zł r/r**
- Systematycznie usprawniamy zarządzanie kolekcją co przekłada się na **wzrost marży handlowej**
- Konsekwentnie osiągamy **spadek kosztów**

PO 3Q WYPRACOWALIŚMY ZYSK NA DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ



Źródła poprawy EBIT Top Secret



Spadek marży handlowej będący rezultatem zmniejszenia sprzedaży o **7,3 mln zł**.

Zmniejszenie obrotów o **8,0 mln zł** wynika z koncentracji dystrybucji marki Troll na e-commerce i ograniczeniu powierzchni handlowej placówek tej marki.

Wzrost marży handlowej w innych kanałach dystrybucji, głównie w sieci Top Secret w Polsce

Zmniejszenie kosztów bieżących



Źródła wzrostu marży handlowej

- Większe zróżnicowanie stylistyczne kolekcji (poszerzenie grona odbiorców), w tym odzwierciedlenie najnowszych trendów
- Odpowiedni moment wprowadzenia kolekcji do sklepów w czasie kiedy klienci najbardziej jej poszukiwali
- Większe zróżnicowanie cenowe kolekcji od niskich progów cenowych (entry level) po relatywnie wysokie progi oczywiście uzasadnione lepszą jakością
- Skuteczna polityka handlowa obejmująca stosowanie rynkowych atraktorów cenowych, regularnych przecen i agresywnych, ale krótkich i częstych akcji wyprzedażowych
- Wprowadzenie i utrzymanie wysokiej dostępności uniwersalnego zapasu na wysokiej marży
- Zmniejszenie skali wyprzedaży towarów z poprzednich sezonów w związku z ich mniejszymi ilościami





Oszczędności kosztowe

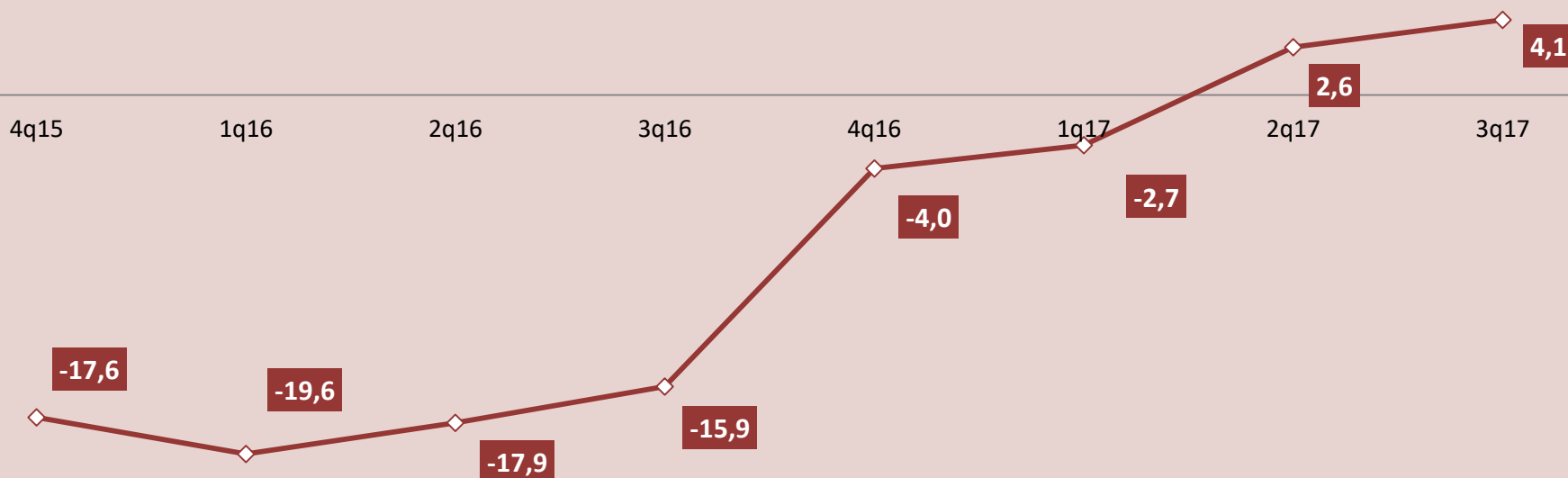
- Zmniejszenie wartości prowizji franczyzowych (o 7%)
 - ograniczenie sieci sklepów marki Troll, której dystrybucja jest przenoszona do e-commerce
- Zmniejszenie kosztów utrzymania sklepów własnych
 - rezultat eliminacji nierentownych placówek
- Ograniczenie kosztów logistyki
 - wzrost wydajności
 - zmniejszenie skali operacji - zostało mniej towarów z poprzednich sezonów do wyprzedania
- Oszczędności kosztów na poziomie centrali





Tendencja poprawy wyników

EBIT narastająco za 12 kolejnych m-cy [mln zł]



- Rozpoczęta jesienią 2015 r. zmiana strategii polegająca na koncentracji na podniesieniu rentowności Top Secret przynosi widoczne efekty w postaci wypracowania zysku w segmencie modowym



Wyniki Grupy TXM



Wybrane pozycje. Dane w mln zł	1-3Q 2017 r.	1-3Q 2016 r.	zmiana %
Sprzedaż	269,2	259,7	3,7%
Marża handlowa	108,1	108,3	-0,2%
<i>marża %</i>	40,2%	41,7%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	132,2	100,9	31,0%
Wynik na działalności operacyjnej	-24,3	7,0	
Saldo przychodów i kosztów finansowych	-0,5	-0,6	
Wynik przed opodatkowaniem	-24,7	6,4	

Prezentowane dane różnią się od odpowiadających im wartości w skonsolidowanym sprawozdaniu TXM SA w związku z:

- doliczeniem marży oraz alokowaniem kosztów, w tym finansowych, związanych z importem towarów przez Redan na rzecz TXM SA
- wyłączeniem transakcji pomiędzy Redan a spółkami rynku dyskontowego (amortyzacja itp.) oraz różnicami wynikającymi z różnych momentów objęcia konsolidacją (amortyzacja).

- Brak wzrostu sprzedaży, odpowiadającego zwiększeniu powierzchni sieci sklepów, wynika z problemów wewnętrznych TXM
- Nowy, kompetentny i doświadczony zarząd TXM SA identyfikuje źródła problemów oraz podejmuje działania naprawcze, które spowodują powrót rentowności oraz rozwoju sieci TXM
- Otoczenie rynkowe jest sprzyjające – segment dyskontowy jest najszybciej rosnącym fragmentem rynku odzieżowego

Szczegółowe omówienie wyników TXM prezentowane jest przez TXM S.A. www.txmsa.pl



Wyniki Grupy Redan

Wybrane pozycje. Dane w mln zł	1-3Q 2017 r.	1-3Q 2016 r.	zmiana %
Sprzedaż	437,6	435,4	0,5%
Marża handlowa	183,7	181,6	1,2%
<i>marża %</i>	42,0%	41,7%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	208,0	182,8	13,8%
Wynik na działalności operacyjnej	-24,4	-1,3	
Saldo przychodów i kosztów finansowych	-2,4	1,1	
RK z przeliczenia sprawozdań jednostek zagranicznych	-0,9	-0,3	
Wynik całkowity	-24,1	-3,3	-636%
Wynik całkowity przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	-15,0	-5,0	

- Wynik Grupy Redan jest sumą segmentów modowego i dyskontowego
- Poprawa wyników segmentu modowego była niewystarczająca dla skompensowania pogorszenia wyniku segmentu dyskontowego
- Liczymy na szybki powrót segmentu dyskontowego do trendu wzrostowego i dodatnią kontrybucję TXM do wyników grupy kapitałowej



Sieć sprzedaży – 670 sklepów (stan na 30.09.2017 r.)

	Sklepy własne	Franczyza	Kornery	Outlety	Suma
rynek dyskontowy					
Polska	352				352
zagranica	47				47
Razem dyskontowy	399				399
rynek modowy					
Polska	24	166	5	33	228
Rosja	-	7	-	-	7
Ukraina	6	26	0	4	36
Razem modowy	30	199	5	37	271
GK REDAN	429	199	5	37	670



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

