



R REDAN SA

TOP SECRET TROLL DryWash TXM

Prezentacja wyników za 1-3Q 2018 r.

Warszawa, 29 listopada 2018 r.



Segmenty Grupy Redan



rynek modowy

TOP SECRET EXPRESS YOURSELF TROLL DryWash



rynek dyskontowy

TXM





Wyniki Top Secret

Wybrane pozycje. Dane w mln zł	1-3Q 2018 r.	1-3Q 2017 r.	zmiana %
Sprzedaż	173,2	168,4	2,8%
Marża handlowa	83,0	75,6	9,8%
<i>marża %</i>	47,9%	44,9%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	81,5	75,3	8,2%
Wynik na działalności operacyjnej	1,8	0,4	
Saldo przychodów i kosztów finansowych	-1,2	-1,8	
Wynik przed opodatkowaniem	0,6	-1,4	

- Wynik po trzech kwartałach br. jest lepszy r./r., pomimo anomalii pogodowych: (i) znacznego ochłodzenia w drugiej połowie lutego oraz marcu, (ii), niekończącego się lata z bardzo ciepłym wrześniem
- Kluczowe znaczenie ma wzrost wolumenu marży o **7,4 mln zł (+9,8%) r./r.**, przy zwiększeniu sprzedaży o 4,7 mln zł oraz niższej dynamice powiększenia kosztów bieżących (+6,2 mln zł, +8,2%).
- Wzrost sprzedaży o **+4,7 mln zł** jest następstwem dwóch przeciwstawnych tendencji:
 - zwiększenia sprzedaży w Polsce **+8,0 mln zł**
 - zmniejszenia sprzedaży na rynkach zagranicznych **-3,2mln zł.**



Rozwój Top Secret w Polsce podstawą sukcesu

Sklepy Top Secret PL

- Główny kanał dystrybucji (69% udziału w sprzedaży)
- Stabilny rozwój w Polsce
- Przychody ze sprzedaży **+9 mln zł**
- Dynamika LFL **+4%**,
- Marża handlowa **+14%**,
- Powierzchnia sklepów zwiększyła się **+9%**, czyli zgodnie z zapowiadaną strategią rozwoju sieci

E-Commerce PL

- Udział w sprzedaży B2C w PL **16%**
- Wzrost udziału bieżących kolekcji w sprzedaży => wzrost obrotów na nowej kolekcji **+21%**
=> wzrost wolumenu marży **+25%**
- jednym ze źródeł wzrostu sprzedaży nowej kolekcji jest rozszerzenie oferty o wzory dostępne wyłącznie on-line

Sprzedaż zagraniczna

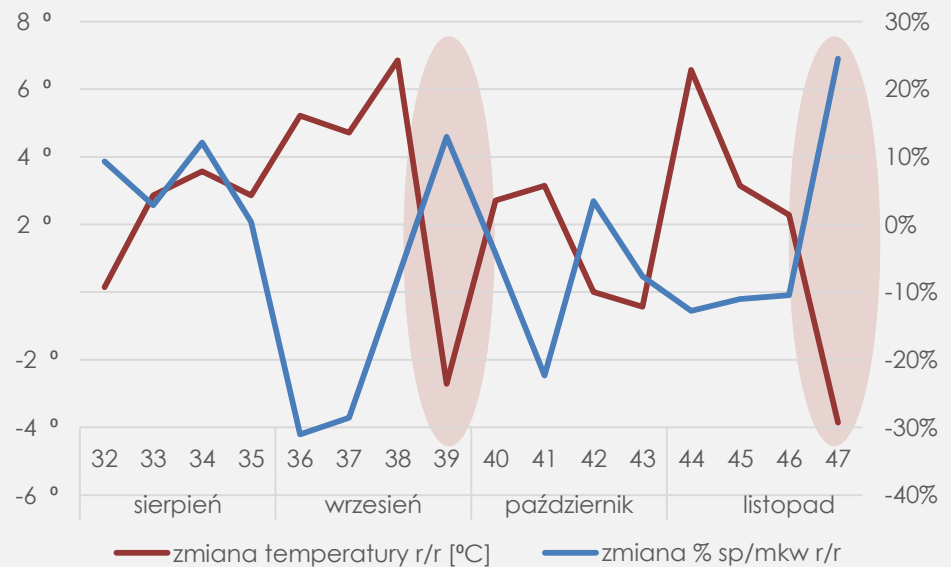
- Zmniejszenie sprzedaży w Rosji (o 27% w PLN i 17% w RUB) jest związane z trwającym kryzysem w tym kraju, który ma negatywny wpływ na realizowane przez nas poziomy sprzedaży
- Spadek sprzedaży na Ukrainie (-0,4 mln zł) jest konsekwencją przede wszystkim zmniejszenia powierzchni sklepów
- Spadek sprzedaży na obu rynkach został dodatkowo wzmocniony niekorzystnymi relacjami kursowymi tych walut do złotego (UAH -9% i RUB -11%)



Pogoda wpłynęła na wyniki trzeciego kwartału

- W lipcu i sierpniu wzrost sprzedaży LFL, przy niższych poziomach marży
 - w celu optymalizacji zapasu towarowego wyprzedawana była kolekcja letnia
 - nie sprzedany za granicą większy zapas wymagał sprzedaży w sklepach PL
- Bardzo ciepły wrzesień i październik
 - ograniczył sprzedaż typowych asortymentów na ten okres (kurtek, swetrów), co powodowało konieczność stymulowania sprzedaży głębszymi upustami
 - stworzył ponadstandardowy popyt na towary letnie, które nie były planowane w takich ilościach

Zmiana sprzedaży r/r vs zmiana pogody



W tych dwóch tygodniach istotne ochłodzenie od razu przyniosło racjonalny wzrost sprzedaży



Wyniki TXM

Wybrane pozycje. Dane w mln zł	1-3Q 2018 r.	1-3Q 2017 r.	zmiana %
Sprzedaż	249,7	267,2	-6,5%
Marża handlowa	102,5	103,7	-1,2%
<i>marża %</i>	41,0%	38,8%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	127,0	132,8	-4,3%
Wynik na działalności operacyjnej	-24,2	-27,3	
Saldo przychodów i kosztów finansowych	-2,4	-0,5	
Wynik przed opodatkowaniem	-26,6	-27,7	

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).

Pozytywne zmiany:

- Wzrost marży procentowej o ponad 2 p.p.
- Spadek kosztów o 1 mln zł miesięcznie od II kw
- Wstrzymanie rozwoju sieci sklepów
- Dokapitalizowanie kwotą 32 mln zł

Negatywne zmiany

- Spadek wejść na sklepach LFL
- Brak zakładanego przyrostu sprzedaży



Redefinicja celów



Brak wzrostu sprzedaży – pomimo szeregu mniejszych sukcesów - powoduje, że należy zmienić nastawienie i konieczne jest dostosowanie strategii działania do obecnego poziomu sprzedaży na m2.

Należy dopasować pozostałe elementy w taki sposób, aby zapewnić Spółce **break-even** **wynikowy** oraz **ustabilizować przepływy pieniężne**

Na realizację założeń biznesowych składają się działania w następujących obszarach:

- Likwidacja nierentownych i nierokujących sklepów
- Wzrost rotacji towarów poprzez zmianę polityki cenowej oraz optymalizację poziomu zapasu
- Wzrost sprawności operacyjnej sklepów
- Dalsza optymalizacja kosztów sklepów oraz centrali





Grupa Redan – wyniki skonsolidowane

Wybrane pozycje. Dane w mln zł	1-3Q 2018 r.	1-3Q 2017 r.	zmiana %
Sprzedaż	422,9	435,6	-2,9%
Marża handlowa	185,5	179,3	3,4%
<i>marża %</i>	43,9%	41,2%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	210,0	208,6	0,7%
Wynik na działalności operacyjnej	-24,0	-27,4	
Saldo przychodów i kosztów finansowych	-4,1	-2,4	
Wynik przed opodatkowaniem	-28,1	-29,9	
Podatek dochodowy	0,5	- 3,6	
Wynik całkowity	-28,8	-27,1	
Wynik całkowity przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	-17,2	-16,7	

Wynik Grupy Redan jest sumą segmentów modowego i dyskontowego

- Wynik przed opodatkowaniem jest lepszy o **1,8 mln zł** r./r.
- W części modowej nastąpiła poprawa wyniku przed opodatkowaniem o **+2,0 mln zł**, a w części dyskontowej o **+1,1 mln zł**
- Wpływ na pogorszenie wyniku na poziomie wyniku całkowitego miał przede wszystkim podatek dochodowy – zmiana o 4,1 mln zł (rozwiązanie aktywa na podatek odroczony w TXM)



Podsumowanie

- Wyniki segmentu mody utrzymują się we wzrostowym trendzie. Dobrze rozwija się największy kanał dystrybucji, czyli sklepy Top Secret w Polsce oraz sprzedaż online.
- W segmencie dyskontowym TXM, pomimo sukcesów m.in. w zakresie poprawy marży czy ograniczenia kosztów, brak wymaganego wzrostu sprzedaży. Oznacza to konieczność zmiany nastawienia do restrukturyzacji => celem jest osiągnięcie break-even przy aktualnych poziomach sprzedaży.





Kontakt

Redan SA:

ul. Źniwna 10/14, 94-250 Łódź
centrala: (42) 617 71 00
faks: (42) 617 71 22
e-mail: redan@redan.com.pl

Za relacje z mediami oraz inwestorami odpowiada:

Agencja Tauber Promotion
(22) 833 25 02
e-mail: redan@tauber.com.pl





Sieć sprzedaży – 638 sklepów (stan na 30.09.2018 r.)

	Sklepy własne	Franczyza	Kornery	Outlety	Suma
rynek dyskontowy	↓	↓	↓	↓	↓
Polska	342				342
zagranica	46				46
Razem dyskontowy	388				388
rynek modowy		↓	↓	↓	
Polska	31	166	3	20	220
Rosja	-	4	-	-	4
Ukraina	6	18	0	2	26
Razem modowy	37	188	3	22	250
GK REDAN	429	188	3	22	638