



Informacja prasowa

Łódź, 29 listopada 2018 r.

Top Secret utrzymuje wzrostowy trend

Sieć Top Secret w pierwszych trzech kwartałach br. wypracowała 1,8 mln zł zysku operacyjnego, przy obrotach na poziomie 173,2 mln zł. To lepsze wyniki niż w poprzednim roku. Poprawa jest przede wszystkim efektem coraz lepszej oferty asortymentowej przekładającej się na większą sprzedaż towarów z nowych kolekcji. Także segment dyskontowy w minionym okresie zanotował lepsze wyniki. Uwzględniając oba segmenty wynik na sprzedaży Grupy Redan po pierwszych dziewięciu miesiącach br. był o 4,7 mln zł lepszy niż rok wcześniej.

Segment modowy w pierwszych trzech kwartałach br. osiągnął 173,2 mln zł przychodów, czyli o 2,8% więcej w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku. Znacznie szybciej, bo aż o 9,8% zwiększyła się natomiast marża handlowa, podczas gdy koszty sprzedaży i ogólnego zarządu rosły nieco wolniej, bo o 8,2% r./r. W efekcie sieć Top Secret przez pierwsze dziewięć miesięcy br. wypracowała 1,8 mln zł zysku operacyjnego, czyli o 1,3 mln zł więcej niż rok wcześniej. Na poziomie wyniku przed opodatkowaniem segment modowy był o 0,6 mln zł na plusie, względem 1,4 mln zł straty rok wcześniej.

„Sieć modowa rozwija się prawidłowo. Głównym motorem wzrostu jest nasz największy i najważniejszy kanał dystrybucji, czyli sklepy Top Secret w Polsce. Pozytywne zmiany są przede wszystkim pochodną coraz lepszej oferty asortymentowej przekładającej się na większą sprzedaż towarów z nowych kolekcji, a tym samym na uzyskiwanie wyższych marż. Poprawa wyników w minionym okresie została osiągnięta mimo anomalii pogodowych. W drugiej połowie lutego i w marcu mieliśmy do czynienia ze znacznym ochłodzeniem, które nie generowało impulsu dla klientów do zakupów towarów typowo wiosennych. Z kolei niekończące się lato z bardzo ciepłym wrześniem przyczyniło się do braku popytu na towary jesienne (swetry, okrycia). Pokazuje to, że pod względem struktury oferty mamy nadal potencjał w zakresie lepszego przygotowania się do okresów przejściowych i dalszej optymalizacji marży oraz poprawy wyników” – stwierdził Bogusz Kruszyński, Prezes Redan SA.

Sieć sklepów Top Secret w Polsce w pierwszych trzech kwartałach br. zanotowała wzrost obrotów o 9 mln zł. Jednocześnie sprzedaż w sklepach porównywalnych (LFL) zwiększyła się o 4%, a marża handlowa poprawiła się o 10%, co w efekcie wpłynęło na wzrost wyniku na sklepach Top Secret o 3,3 mln zł.

Pozytywnie rozwija się także segment e-commerce. Przy wzroście obrotów online o 5% r./r. znacząco, bo aż o 21% zwiększyła się sprzedaż nowej kolekcji. Jednocześnie dużym zainteresowaniem klientów cieszyła się kolekcja przygotowana specjalnie dla kanału e-commerce. Przyczyniło się to wszystko do wzrostu wolumenu wypracowanej marży handlowej o 25% w ujęciu r./r. i zwiększenia rentowności tego kanału dystrybucji. Negatywny wpływ miała natomiast działalność zagraniczna, realizowana

Dodatkowych informacji udziela:

Agencja Tauber Promotion, Andrzej Kazimierczak, e-mail: akazimierczak@tauber.com.pl, tel. +22 833 35 02, +48 660 254 132



głównie na Ukrainie i w Rosji, w ramach której obrotu zmniejszyły się o 13%. Spadek przychodów nastąpił w walutach lokalnych i został dodatkowo wzmocniony niekorzystnymi relacjami kursowymi.

Z kolei segment dyskontowy TXM w pierwszych trzech kwartałach br. osiągnął 249,7 mln zł przychodów, co oznacza spadek o 6,5% w porównaniu do tego samego okresu poprzedniego roku. O 2,4 punkty procentowe w ujęciu r./r. wzrosła marża handlowa do poziomu 41%. Ograniczone zostały jednocześnie koszty sprzedaży i zarządu o 5,8 mln zł. W efekcie wynik na działalności operacyjnej TXM był o ponad 3 mln zł lepszy niż rok wcześniej i wyniósł -24,2 mln zł.

„Segment dyskontowy w minionym okresie osiągnął szereg sukcesów m.in. w zakresie poprawy marży handlowej czy ograniczenia kosztów. Działalność została również dokapitalizowana kwotą 32 mln zł, co pozwoliło na odbudowanie oferty asortymentowej. Nie wystarczyło to jednak do odwrócenia tendencji zmian sprzedaży, która nadal zmniejsza się. W związku z tym konieczna jest zmiana strategii. Musimy ją dopasować w taki sposób, aby zapewnić TXM break-even wyników oraz ustabilizować przepływy pieniężne bez konieczności zwiększania sprzedaży na m² ponad aktualnie realizowane poziomy” - powiedział Prezes Redan SA.

Uwzględniając wyniki obu segmentów Grupa Redan w pierwszych trzech kwartałach 2018 roku uzyskała 422,9 mln zł skonsolidowanych przychodów, co oznacza spadek o 2,9% w ujęciu r./r. Wynik na sprzedaży był natomiast w ujęciu r./r. o 4,7 mln zł lepszy. W części modowej nastąpiła bowiem poprawa wyniku przed opodatkowaniem o 2,0 mln zł, a w części dyskontowej o 1,1 mln zł. Na poziomie wyniku całkowitego grupa poniosła 28,8 mln zł straty względem 27,1 mln zł na minusie rok wcześniej. Wpływ na pogorszenie wyniku miał przede wszystkim podatek dochodowy. Z kolei wynik całkowity przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej wyniósł -17,2 mln zł i był na zbliżonym poziomie do wykazanego w analogicznym okresie poprzedniego roku.

Chcesz wiedzieć więcej – zapisz się do newslettera GK Redan - www.redan.com.pl/newsletter/

Redan SA jest operatorem znanych detalicznych marek odzieżowych: Top Secret, Troll, Drywash oraz sieci dyskontów odzieżowych TXM. Spółka funkcjonuje w ramach Grupy Kapitałowej, która zajmuje się projektowaniem, marketingiem oraz dystrybucją odzieży. Redan zleca swoją produkcję fabrykom w Polsce, Chinach, Indiach Turcji, Korei i Bangladeszu. Sprzedaż prowadzona jest w sieci około 650 sklepów detalicznych, w ramach której znajdują się mono i multibrandowe salony oferujące odzież marek Top Secret, Troll i Drywash oraz dyskontowe sklepy TXM. Redan powstał w 1995 roku, a w 2003 roku akcje Spółki zostały dopuszczone do publicznego obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Wchodząca w skład Grupy spółka TXM S.A. zadebiutowała na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w grudniu 2016 r. Redan aktywnie wspiera Fundację „Happy Kids”.