



Łódź, w dniu 8 marca 2019 roku

Raport bieżący nr 6/2019**Wstępna informacja o sprzedaży Grupy Redan w lutym 2019 r.**

Zarząd Redan S.A. informuje, iż:

Szacunkowa wartość skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży towarów zrealizowanych przez Grupę Redan w lutym 2019 r. wyniosła ok. 37 mln i była 4% wyższa w porównaniu do osiągniętych w tym samym okresie roku poprzedzającego. W ujęciu narastającym sprzedaż Grupy Kapitałowej Redan wyniosła ok. 76 mln zł i była wyższa o ok. 2% w porównaniu do sprzedaży osiągniętej w tożsamym okresie roku poprzedniego.

Powierzchnia całej sieci sprzedaży Grupy Redan na koniec lutego 2019 wyniosła 138,2 tys. m², co oznacza spadek o ok. 3% w odniesieniu do lutego 2018.

Segment modowy

Na rynku modowym sprzedaż towarów w lutym 2019 r. wyniosła ok. 17 mln zł i była wyższa o ok. 17% porównując do lutego poprzedniego roku.

Wyniki lutego 2019 roku będą obciążone jednorazową operacją hurtowej sprzedaży towarów z lat ubiegłych. Bez uwzględnienia tej transakcji sprzedaż w lutym 2019 r. wyniosła ok. 16 mln zł (wzrost o 11% r/r). Grupa poniosła na tej transakcji jednorazową stratę w wysokości 2,7 mln zł, co obniży marżę wygenerowaną w miesiącu lutym. Jednak, zgodnie z polityką rachunkowości, w przypadku niesprzedania tych towarów do końca br. konieczne byłoby utworzenie 2,2 mln zł tytułem odpisu aktualizującego wartość zapasów.

Jednocześnie na podstawowej działalności (z wyłączeniem powyższej transakcji) uzyskana w lutym 2019 r. w segmencie modowym marża handlowa była niższa r./r. ze względu na większy udział w sprzedaży towarów wyprzedażowych, głębsze udzielane upusty oraz osłabienie kursu złotego wobec dolara amerykańskiego.

W ujęciu narastającym sprzedaż sektora modowego wyniosła ok. 34 mln zł i była ok. 16% wyższa niż w analogicznym okresie poprzedniego roku.

Przychody ze sprzedaży towarów zrealizowane poprzez sklepy internetowe marki Top Secret w Polsce oraz na Ukrainie w lutym 2019 wyniosły 3,1 mln zł co oznacza wzrost o 22% w stosunku do lutego 2018 roku. W ujęciu narastającym sprzedaż sklepów internetowych Top Secret wyniosła 6 mln zł i była 7% wyższa niż w tożsamym okresie roku poprzedniego.

Powierzchnia punktów handlowych działających w sieci sprzedaży marek Top Secret, Troll i DryWash na koniec lutego 2019 wyniosła 36,8 tys. m², tj. była na poziomie o 2% wyższym niż w tym samym momencie 2018 r.

Segment dyskontowy

W segmencie dyskontowym poziom sprzedaży towarów w lutym 2019 r. wyniósł ok. 20 mln zł, co oznacza spadek o 5% w porównaniu do lutego roku poprzedniego. W ujęciu narastającym sprzedaż sektora dyskontowego wyniosła ok. 42 mln zł i była niższa o ok. 7% w porównaniu do sprzedaży w tożsamym okresie roku poprzedniego.

Przychody ze sprzedaży towarów zrealizowane poprzez sklep internetowy www.txm24.pl w lutym 2019 wyniosły ok. 0,6 mln zł co oznacza podobny poziom jak w lutym 2018 roku. W ujęciu narastającym sprzedaż dyskontowego sklepu internetowego wyniosła ok. 1,2 mln zł i była niższa o ok. 6% w porównaniu do sprzedaży w tożsamym okresie roku poprzedniego.

Sieć TXM na koniec lutego składała się z 380 sklepów własnych o łącznej powierzchni 101,3 tys. m², która była o ok. 3,9% niższa niż na koniec lutego 2018.

Podstawa prawna: art. 17 ust 1 MAR – informacje poufne

Bogusz Kruszyński
Prezes Zarządu
Redan SA