



Informacja prasowa

Łódź, 10 czerwca 2019 r.

Top Secret oczekuje znacznej poprawy marży

Top Secret wdraża politykę bardziej zrównoważonego i ograniczonego zamówienia kolekcji jesień-zima 2019. Zapewni to radykalne zmniejszenie poziomu zapasu na koniec sezonu, a tym samym znacząco lepszą realizowaną marżę w kolejnych okresach.

Segment mody w pierwszym kwartale br. osiągnął 54,3 mln zł przychodów, czyli o 9,1% więcej w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku. W tym okresie marża handlowa spadła jednak o 26,5% do 16,2 mln zł. Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu rosły wolniej od sprzedaży, bo tylko o 7,4% r./r. W efekcie sieć Top Secret przez pierwsze trzy miesiące br. wypracowała wynik na działalności operacyjnej niższy o 7,8 mln zł niż rok wcześniej.

„Na wyniki pierwszego kwartału decydujący wpływ miała sytuacja w drugiej połowie minionego roku. Świadomie zaplanowaliśmy większą i bardziej zimową kolekcję jesień-zima 2018. Bazowaliśmy na bardzo dobrej historii sprzedaży swetrów, kurtek i płaszczy osiągniętej w 2017 r., które sprzedały się praktycznie w stu procentach. Dodatkowo trendy wskazywały na przestrzeń do powiększenia tych jesiennych i zimowych grup asortymentowych. Finalnie zderzyliśmy się jednak ze skrajnie niesprzyjającymi takiej kolekcji warunkami pogodowymi i rynkowymi. W ostatnich 4 miesiącach 2018 r. temperatury były o kilka stopni wyższe w stosunku do średniej z analogicznych okresów poprzednich lat” – podkreśli Bogusz Kruszyński, Prezes Redan SA.

Zmniejszenie zainteresowania klientów, typowymi dla tego okresu ciepłymi ubraniami, doprowadziło do 56% wzrostu zapasu kolekcji jesienno-zimowej na koniec grudnia 2018 r. w ujęciu r./r. W efekcie podjęta została decyzja o intensywnej wyprzedaży w 2019 roku towarów z poprzednich sezonów we wszystkich kanałach dystrybucji, co negatywnie wpływa na uzyskiwaną marżę.

Po chwilowym pogorszeniu wyników segmentu mody, w kolejnych okresach oczekiwana jest poprawa osiągniętej marży. Pozytywny wpływ przyniosą przede wszystkim wdrażane zmiany w kolekcji. *„W koncepcji kolekcji i strukturze zamówienia na sezon jesień/zima 2019 przyjęliśmy bardziej uśrednione warunki klimatyczne oraz tendencje rynkowe. Ograniczyliśmy jednocześnie zakupy towarów, ponieważ posiadamy artykuły z poprzedniego sezonu, wśród których części nawet ze względu na pogodę nie wprowadziliśmy do sklepów. Wpływać to będzie na wzrost marży na sprzedaży w kolejnych okresach”* - stwierdził Bogusz Kruszyński.

Z kolei segment dyskontowy TXM w pierwszym kwartale br. osiągnął na działalności kontynuowanej 56,7 mln zł przychodów, co oznacza spadek o 10,8% w porównaniu do tego samego okresu poprzedniego roku. O 6,2 punkty procentowe w ujęciu r./r. spadła marża handlowa do poziomu 32,6%.

Dodatkowych informacji udziela:

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



Ograniczone zostały jednocześnie koszty sprzedaży i zarządu o 9,3% do 32,1 mln zł. W efekcie wynik na działalności operacyjnej TXM był o 2,4 mln zł niższy niż rok wcześniej.

„Osiągnięte wyniki nie są zadowalające. Powodem pogorszenia wyników segmentu dyskontowego był brak optymalnej oferty asortymentowej w sklepach oraz głębokie przeceny w obszarze asortymentu jesienno-zimowego. W celu umożliwienia kontynuowania spółce działalności handlowej otwarte zostało postępowanie restrukturyzacyjne. Ma ono doprowadzić do poprawy bieżącej płynności i wyników finansowych TXM. Celem jest również ochrona wszystkich podmiotów pozostających ze spółką w stosunkach gospodarczych i możliwie pełne zabezpieczenie ich interesów” - powiedział Prezes Redan SA. Dodał, że otwarcie postępowania restrukturyzacyjnego umożliwi TXM przekierowanie dostępnych środków finansowych na zakup towarów, a tym samym pozwoli na lepsze zatowarowanie sklepów.

Uwzględniając wyniki obydwu segmentów Grupa Redan w pierwszych kwartale 2019 roku uzyskała 111 mln zł skonsolidowanych przychodów, co oznacza spadek o 2,1% w ujęciu r./r. Wynik na działalności operacyjnej był natomiast w ujęciu r./r. o 10,5 mln zł niższy. Oba segmenty Grupy Kapitałowej Redan: modowy oraz dyskontowy są od siebie całkowicie niezależne. Każdy z nich prowadzi dla siebie odrębne operacje niepowiązane i niewspółdzielone z tym drugim poza obsługą IT świadczoną przez Redan na rzecz TXM. W szczególności w każdym segmencie są: inne towary, odrębne sklepy, odrębne magazyny; inne źródła finansowania działalności oraz nie ma pracowników pracujących jednocześnie w obu segmentach.

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”.