

gino rossi

Komentarz prezesa zarządu Gino Rossi do raportu skonsolidowanego za pierwsze półrocze 2015 roku

Szanowni Państwo,

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży Grupy Gino Rossi wzrosły o ponad 9% w pierwszym półroczu 2015 r. i wyniosły 136,5 mln zł, a po korekcie o wartość sprzedaży komponentów przychody wyniosły 125,3 mln zł, reprezentując wzrost o 11% – zgodny z założoną prognozą na 2015 rok. Wzrost sprzedaży w obu markach (Gino Rossi i Simple CP) jest na poziomie zbliżonym do wzrostu powierzchni handlowej. W pierwszym półroczu średnia powierzchnia handlowa sieci salonów obuwia Gino Rossi wzrosła o 10%, a w sieci odzieży damskiej Simple Creative Products o 13%. W pierwszym półroczu sprzedaż raportowana w poszczególnych miesiącach była realizowana w wymagającym otoczeniu rynkowym. Dlatego na szczególne wyróżnienie zasługuje dwucyfrowa dynamika sprzedaży detalicznej Simple CP - bardzo dobre wyniki zanotowaliśmy w styczniu (+26% wzrostu r/r), marcu (+40% wzrostu r/r) i maju (+17% wzrostu r/r). W tym roku, wcześniej niż w zeszłym, wprowadziliśmy do sklepów kolekcję wiosna-lato Simple, co pozytywnie wpłynęło na generowane wzrosty sprzedaży w początkowej części sezonu np. marcu. W segmencie obuwia wzrost sprzedaży detalicznej w pierwszym półroczu był mniejszy niż w segmencie odzieży. Jednak należy pamiętać, że w pierwszym półroczu ubiegłego roku mieliśmy wysoką bazę, ponieważ sprzedaż miesięczna Gino Rossi była bardzo wysoka – od lutego do czerwca 2014 dynamika wzrostu sprzedaży przekraczała 30% w ujęciu rok do roku.

Zgodnie z przyjętą strategią dla Grupy Kapitałowej, w przypadku marki Gino Rossi przykładamy szczególną uwagę do podnoszenia marży brutto na sprzedaży, aby w przeciągu 2 najbliższych lat podnieść ją o około 5-6 punktów procentowych. Natomiast w spółce Simple CP, gdzie marża jest już bliska docelowej, duży nacisk zostanie położony na wzrost skali działalności. W Polsce jest możliwość otwarcia jeszcze około 20 salonów Simple CP.

Wynik brutto na sprzedaży wyniósł 60,2 mln zł, wobec 59,9 mln zł rok temu. Na poziomie wyniku operacyjnego (EBIT) Grupa Gino Rossi wypracowała 5,8 mln zł, a wynik EBITDA wyniósł 8,8 mln zł. Na poziomie wyniku netto Grupa Gino Rossi zanotowała w pierwszym półroczu 2015 r. zysk netto w wysokości blisko 2 mln zł, wobec 2,4 mln zł zysku netto w pierwszym półroczu ubiegłego roku. W samym 2Q 2015 wynik netto wyniósł 2,9 mln zł, co stanowiło wzrost o ponad 30% r/r, i to mimo wysokich jednorazowych kosztów finansowych związanych z wcześniejszym wykupem obligacji.

Po wynikach za pierwsze półrocze, które były realizowane w trudnym otoczeniu i pod wyjątkową presją na marże, wykonanie prognozy na cały rok jest na poziomie, który daje podstawy do jej utrzymania. Zwracam uwagę, że druga połowa roku jest zwykle lepsza pod względem wyników od

pierwszej. Kluczowymi miesiącami dla realizacji prognozy będą miesiące wrzesień i październik dla marki Gino Rossi oraz dodatkowo dla marki Simple CP miesiąc grudzień.

Zgodnie z założeniami, Grupa Gino Rossi nie zwiększała poziomu zapasu w stosunku do końca roku 2014. Jednocześnie należy podkreślić, że jako producent w połowie danego roku mamy już w magazynie znaczącą część gotowych produktów z kolekcji jesień-zima oraz materiały do dalszej produkcji. Kontrola poziomu zapasów było dla nas priorytetem, co udało się osiągnąć dzięki umiejętnej przeprowadzonej polityce zarządzania towarem w obu markach. Dodatkowo zdecydowaliśmy się na wkomponowanie części zapasu klasycznej, zeszłorocznej kolekcji do kolekcji jesień-zima 2015 oraz konsekwentnie na częściowe ograniczenie skali produkcji realizowanej w kooperacji, przy utrzymaniu pełnego obłożenia własnych mocy. W rezultacie ograniczyliśmy zobowiązania wobec kontrahentów i dostawców.

Zrealizowana poprawa w aspekcie przepływów pieniężnych w 2Q 2015 wynikająca z wdrożenia przyjętej polityki optymalizacji cash flow firmy oraz ograniczenia stanu zapasu pozwoliły na spłatę większej części zobowiązań. Aktualnie stan zobowiązań spółki jest zbliżony do stanu z czerwca ubiegłego roku, przy większej skali działalności.

W planach na ten rok mamy rozwój detalicznej sieci sprzedaży Grupy Gino Rossi w sumie o ok. 2000 metrów kwadratowych, razem w sklepach obu marek. Salony Simple CP będą powstawały przede wszystkim w Polsce, ponieważ potencjał dla rozwoju tej marki w kraju jest jeszcze duży. Bardzo dobre wyniki sprzedaży Gino Rossi notujemy w Czechach, zgodnie z założeniami rozwija się także sprzedaż w krajach bałtyckich i na Słowacji.

Dobrze rozwija się także sprzedaż w kanale internetowym. W 2015 roku planujemy zwiększyć sprzedaż w internetowym kanale dystrybucji o 40-50% w porównaniu do ubiegłego roku. Poziom sprzedaży po pierwszym półroczu tego roku pokazuje, że możemy przekroczyć ten plan.

Na podstawie informacji o bardzo dobrym przyjęciu kolekcji jesień-zima w obu markach, pozytywnie oceniamy perspektywę wzrostu wyników sprzedaży i rentowności w drugim półroczu tego roku.

Na końcu komentarza chciałbym zwrócić uwagę na zakończenie w pierwszym półroczu restrukturyzacji finansowania Grupy Gino Rossi. Zgodnie z zapowiedziami zamieniliśmy droższe finansowanie obligacjami na tańsze kredyty bankowe. Uzyskaliśmy w bankach korzystne warunki kredytowe, które pozwoliły nam refinansować zadłużenie w obligacjach. Efektem takiej zamiany będą znacznie niższe koszty finansowe Grupy, które przełożą się na wyższą zyskowność już od 3Q 2015.

Zapraszam do zapoznania się ze skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym Grupy Gino Rossi za pierwsze półrocze 2015 roku.

Tomasz Malicki

Prezes Zarządu