

## **Komentarz Zarządu Gino Rossi do wyników finansowych Grupy Gino Rossi za pierwsze półrocze 2017 roku**

Szanowni Państwo,

W pierwszym półroczu 2017 Grupa zanotowała 149 mln zł przychodów, przy czym przychody nieuwzględniające sprzedaży komponentów wyniosły w tym okresie 142,1 mln zł, czyli były o 15% wyższe w ujęciu rok do roku. W samym drugim kwartale przychody nieuwzględniające komponentów wzrosły aż o 23% do 81,8 mln zł. EBITDA w 1H 2017 wyniosła 8,7 mln zł, co oznacza spadek o 9% w ujęciu rok do roku. Pierwsze półrocze zakończyliśmy zyskiem netto na poziomie 2,3 mln zł. Koszty SG&A wzrosły w pierwszym półroczu o 4% rok do roku, co w głównej mierze ma związek z rozwojem kanału e-commerce. Analizując wyniki Grupy za 1H 2017 należy mieć także na uwadze, że w wyniku finansowym widoczne są negatywne różnice kursowe – w 1H 2016 czynnik ten zadziałał na korzyść.

Pod kątem przychodów wyniki były lepsze w ujęciu rok do roku w szczególności za sprawą Gino Rossi. Warto zaznaczyć, że wzrost sprzedaży to efekt zestawu opracowanych i wdrożonych działań strategicznych w całej Grupie, do których zaliczyć należy: koncentrację na rozwoju e-commerce i b2b (w przypadku Simple ten kanał ma wartość pomijalną), poszerzenie oferty o akcesoria oraz wzory mniej formalne oraz optymalizację wystroju i wielkości salonów pod kątem lepszego eksponowania kolekcji podstawowej i dodatków. Kanał e-commerce zyskuje na znaczeniu w sprzedaży Gino Rossi z miesiąca na miesiąc, notując silne, dwucyfrowe dynamiki w ujęciu rok do roku. Cieszy nas to, że z odpowiednim wyprzedzeniem przygotowaliśmy się do trendu przenoszenia zakupów do kanału online i wdrożyliśmy omnichannel – korzystanie z tego narzędzia pozwala nam precyzyjnie analizować zachowania naszych Klientów i odpowiadać na ich potrzeby.

Z kolei rozwój segmentu b2b należy analizować dwutorowo: z jednej strony widzimy rosnące zapotrzebowanie na projektowanie i produkcję kolekcji na zlecenie innych podmiotów, z drugiej zaś – na popularności zyskują tzw. kluby zakupowe, z którymi stale poszerzamy współpracę. Warto tutaj wspomnieć o umowach podpisanych przez Gino Rossi w sierpniu 2017 r. Najważniejsza z nich dotyczy dystrybucji naszych produktów na terenie Rosji, Kazachstanu i Białorusi na platformie WildBerries – największym sklepie internetowym w regionie (umowa z Presto).

Rozwój sprzedaży e-commerce i b2b korzystnie wpływa na realizowane przychody oraz marżę EBITDA, ale z drugiej strony powoduje obniżenie poziomu marży brutto. Jednocześnie nie zapominamy o trzecim filarze naszego rozwoju, czyli sieci stacjonarnej, która pozwala nam wzmacniać rozpoznawalność marki. Koncentrujemy się tutaj nie na nowych otwarciach, lecz na powiększaniu i reorganizacji salonów, aby lepiej wyeksponowana była zarówno kolekcja podstawowa, jak i zyskujące na znaczeniu dodatki. Warto nadmienić, że nasze kolekcje z sukcesem wpisujemy w globalne trendy, dodając do nich nie tylko wspomniane dodatki, będące często „kropką nad i” stylizacji, ale także poszerzając je o nieco mniej formalne wzory.

Simple CP borykał się w pierwszej połowie roku z podobnymi problemami, jak cały segment odzieży damskiej, co widać było zarówno w sprzedaży, jak i poziomie osiągniętych marż. Wyciągnęliśmy wnioski – zarówno z analizy sytuacji w branży, jak i doświadczeń samego Simple. Najnowsza kolekcja jesień-zima, zaprojektowana przez zespół w nowym składzie, jest powrotem do najlepszych lat tej marki pod względem stylistyki, jakości wykonania z jednoczesną dbałością o wymagania Klientek. Jej udany debiut rynkowy, który miał miejsce pod koniec sierpnia br., w połączeniu ze wzrostem sprzedaży w segmencie

e-commerce i wprowadzanymi zmianami w organizacji powierzchni w salonach pozwalają nam oczekiwać zahamowania negatywnego trendu sprzedażowego tej marki.

Poziom zamówień wskazuje na to, że kolekcje jesień-zima 2017 obu naszych marek zyskały uznanie wśród Klientów, co powinno zaleźć pozytywne odzwierciedlenie w sprzedaży w sezonowo kluczowej dla nas końcówce roku. Zanim możliwa będzie analiza danych za drugie półrocze zapraszamy do zapoznania się z Raportem Finansowym Grupy Gino Rossi za pierwsze półrocze 2017 roku.

Zachęcamy również Państwa do zakupów w salonach Gino Rossi i Simple CP, a także za pośrednictwem sklepów internetowych obu marek.

Z poważaniem,

Zarząd Grupy Kapitałowej Gino Rossi S.A.