

Komentarz Zarządu Gino Rossi do wyników finansowych Grupy Gino Rossi za pierwsze półrocze 2018 roku

Szanowni Państwo,

W okresie od stycznia do czerwca 2018 Grupa zanotowała 87,1 mln zł przychodów. W drugim kwartale br. obserwowana była kontynuacja trendu widocznego w pierwszych miesiącach roku, a mianowicie niższy w ujęciu rok do roku poziom przychodów w połączeniu z wyższymi kosztami m.in. płac czy logistyki, wpłynął negatywnie na wynik na sprzedaży. W konsekwencji EBITDA z działalności kontynuowanej wyniosła w pierwszym półroczu 2018 roku -9,7 mln zł i omawiany okres Grupa zakończyła stratą netto z działalności kontynuowanej w wysokości -18,6 mln zł. Wynik na działalności kontynuowanej obejmuje m.in. odpisy na okoliczność „utrata wartości firmy” spółek zależnych na kwotę około 3 mln

Wydzielenie działalności zaniechanej wynika z faktu, że począwszy od sprawozdania rocznego za rok 2017 wydzielono działalność Simple Creative Products jako działalność przeznaczoną do sprzedaży w bilansie Grupy oraz działalność zaniechaną w rachunku zysków i strat. Wynik netto z działalności zaniechanej (przeznaczonej do sprzedaży) za 1H 2018 wyniósł -32,4 mln zł i zawierał m.in. wynik ujemnego odpisu aktualizującego wartość znaku firmowego marki Simple oraz relacji z odbiorcami w kwocie 15,2 mln zł (ostatecznie dokonano całkowitego spisania wartości Simple), a także odpis wartości spółek zależnych Simple Creative Products S.A. czyli Simple sp. z o.o. i Simple sp. z o.o. sp.k. w łącznej wysokości 1,3 mln zł.

W pierwszym półroczu 2018 Zarząd kontynuował proces poszukiwania inwestora dla Simple CP. Obecnie zaawansowane rozmowy w sprawie sprzedaży 100% akcji spółki Simple CP prowadzone są z dwoma podmiotami – spółką z grupy Monnari Trade oraz OTCF, zarządzającym takimi markami, jak 4F czy Outhorn. Sprzedaż odzieżowej części biznesu Grupy pozwoli ograniczyć zadłużenie i uwolnić środki potrzebne do zasilania kapitału obrotowego niezbędnego do zwiększania sprzedaży i dalszego rozwoju Gino Rossi. Ograniczony poziom kapitału obrotowego przekładający się na trudności w osiągnięciu zakładanych poziomów przychodów, a także wymagająca sytuacja w segmencie odzieży damskiej powodują, że proces sprzedaży Simple nie postępuje tak dynamicznie, jak pierwotnie można było oczekiwać. Zarząd dokłada jednak starań, aby proces ten zakończył się możliwie szybko, z jak najbardziej korzystnym efektem ekonomicznym dla Grupy.

Równolegle do procesu zbycia Simple CP Zarząd prowadził działania nakierowane na optymalizację wielu obszarów działalności Grupy, m.in. dostaw do sklepów, zużycia materiałów czy produkcji. Jednocześnie zgodnie ze strategią Gino Rossi duży nacisk położony był w omawianym okresie na poszerzenie oferty dodatków oraz dalszy rozwój kanału e-commerce i współpracy b2b. Efektem tych działań było – już po dacie bilansowej – podpisanie umowy o współpracy strategicznej z Grupą CCC, obejmującej kooperację produktową i udzielenie licencji na znak towarowy. W ramach umowy w latach 2019-2020 Gino Rossi dostarczy do CCC łącznie minimum 300 tys. sztuk produktów z dedykowanej kolekcji obejmującej obuwie damskie, męskie i akcesoria, a docelowo intencją stron jest dalsze zwiększanie tego wolumenu. Przychody z tego tytułu szacowane są na 36-40 mln zł w latach 2019-2020, z czego 15-18 mln zł przypadać będzie na rok 2019 roku. Jednocześnie, w rezultacie zawartej umowy marka Gino Rossi wejdzie na wszystkie rynki, gdzie obecna jest sieć dystrybucyjna CCC (zarówno w kanale stacjonarnym, jak i e-commerce). Gino Rossi uzyska w zamian opłaty licencyjne wyrażone jako procent sprzedaży, w wysokości nie mniejszej, niż 400.000 zł rocznie.

Umowa z CCC jest jednym z elementów strategii Gino Rossi w obszarze b2b. W opinii Zarządu współpraca obu firm przyczyni się do dynamicznego wzrostu sprzedaży Gino Rossi oraz pozwoli na rozwój najważniejszych kompetencji w zakresie projektowania i produkcji, a także umożliwi skuteczne rozwodnienie kosztów stałych.

W ocenie Zarządu w najbliższych latach kontynuowane będą strukturalne zmiany na rynku detalicznym, skutkujące dalszym wzrostem znaczenia kanału internetowego. W związku z tym Zarząd chce wykorzystać potencjał marki Gino Rossi do dalszego rozwoju kanału e-commerce i B2B, a jednocześnie zarządzać optymalną siecią sprzedaży o stabilnej rentowności. Głównym celem strategicznym pozostaje poprawa rentowności posiadanych kanałów sprzedaży oraz wzrost wartości Spółki dla akcjonariuszy.

Z poważaniem,

Zarząd Grupy Kapitałowej Gino Rossi S.A.