

Informacja prasowa

Andrychów, 20 września 2018 r.

TXM poprawia wynik na sprzedaży o ponad 4,5 mln zł

TXM, polska sieć dyskontów odzieżowych, opublikowała wyniki za I półrocze 2018 r. W omawianym okresie Zarządowi TXM udało się poprawić wynik przy przychodach pozostających na niemal niezmiennym poziomie w ujęciu rocznym, tj. 166 mln zł. Poprawę Spółka zawdzięcza wzrostowi marży handlowej oraz ograniczeniu kosztów.

- Jesteśmy zadowoleni, że w II kwartale ponownie udało nam się poprawić osiąganą marżę. To efekt m.in. ciągłego zwiększania udziału importu bezpośredniego w zakupach towarów oraz zmiany w sposobie zarządzania cyklem życia produktu. Proces przebudowy asortymentu jest kontynuowany - widzimy pierwsze, pozytywne efekty – mówi Agnieszka Smarzyńska, Wiceprezes Zarządu TXM S.A.

Zarząd TXM wierzy, że kolejne miesiące przyniosą poprawę sprzedaży dzięki środkom pozyskanym z emisji akcji i obligacji. Niemał w całości wzmocniły one kapitał obrotowy, co pozwala Spółce systematycznie zwiększać moce zakupowe, a tym samym poprawiać swoją ofertę asortymentową.

- Kapitał pozyskany pod koniec sierpnia już zaczyna pracować. Priorytetem jest poprawa dostępności asortymentu oferowanego w sklepach stacjonarnych oraz e-commerce. Jesteśmy przekonani, że zwiększymy w ten sposób sprzedaż, gdyż to właśnie utrudnienia w pozyskaniu towaru stoją za niesatysfakcjonującymi wynikami sprzedaży w lipcu i sierpniu. Wchodzimy w dynamiczny okres zatowarowania atrakcyjnej oferty na IV kwartał i 2019 rok. Liczymy, że pozwoli nam to na skokową poprawę wyników – mówi Marcin Gregorowicz, Prezes Zarządu TXM.

TXM konsekwentnie redukuje koszty i utrzymuje dyscyplinę w tym zakresie. Wyraźnie spadły wydatki na działanie centrali, Spółce udało się także obniżyć koszty sieci sprzedaży. W wyniku optymalizacji, przy niemal identycznym poziomie przychodów, zdecydowanej poprawie uległ wynik EBITDA, który był o 4,2 mln zł lepszy niż w I półroczu 2017 r.

- Po podjęciu decyzji o wstrzymaniu rozwoju sieci, skupiliśmy się na poprawie sprzedaży, marży oraz redukcji kosztów działalności. W dwóch ostatnich elementach strategii już teraz widzimy wyraźną poprawę. Ciężko pracujemy nad naszą ofertą, by zachęcić klientów do odwiedzania naszych sklepów. Wierzymy, że IV kwartał będzie dla nas udany - mówi Marcin Łuźniak, Wiceprezes Zarządu TXM.

Sieć TXM na koniec sierpnia składała się z 390 sklepów własnych o łącznej powierzchni 104,6 tys. m² i była o 0,2% wyższa niż na koniec sierpnia 2017 r. Grupa prowadzi sieci sklepów w Polsce, Rumunii i na Słowacji oraz e-sklep www.txm.pl.

TXM S.A. – informacje o spółce

TXM S.A. jest właścicielem 390 sklepów dyskontowych TXM zlokalizowanych na terenie całego kraju oraz za granicą – w Rumunii i na Słowacji. Prowadzi także sprzedaż internetową przez e-sklep www.txm.pl. Sklepy TXM oferują swoim klientom szeroką gamę odzieży oraz innych artykułów tekstylnych i gospodarstwa domowego, w dobrej jakości i w konkurencyjnych cenach. TXM S.A. (wcześniej Adesso S.A.) działa na rynku od 1989 r., od samego początku swojego istnienia działa w branży tekstylnej. TXM S.A. od grudnia 2016 r. jest spółką publiczną, notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Więcej informacji www.txmsa.pl.

Dodatkowych informacji udziela:

Marek Bugdoł

InnerValue Investor Relations

m.bugdol@innervalue.pl

+48 575 896 041