

Andrychów, 21.03.2017

INFORMACJA PRASOWA

TXM zakłada dalszy wzrost

Sieć dyskontów odzieżowych TXM w 2016 r. osiągnęła 377,8 mln zł przychodów, 16,7 mln zł zysku operacyjnego oraz 13,1 mln zł zysku netto. Osiągnięte wyniki były zgodne z prognozą finansową. Zarząd TXM planuje w tym roku dalszy rozwój sieci handlowej w kraju i za granicą, głównie w Rumunii, co przełoży się na poprawę sprzedaży. Celem będzie także wzrost marży handlowej.

„Miniony rok był udany dla TXM. Prowadziliśmy dynamiczny rozwój sieci handlowej w Polsce i za granicą, w tym w szczególności na rynku rumuńskim. Przełożyło się to jednocześnie na wysoki 20% wzrost obrotów w ujęciu rok do roku. Z kolei dynamika marży handlowej była jeszcze wyższa od tempa wzrostu sprzedaży, co było m.in. efektem zmiany źródeł zaopatrzenia. Dynamiczna ekspansja wiązała się natomiast ze wzrostem kosztów bieżących, które miały jednak głównie charakter jednorazowy. Wszystkie te działania były wcześniej zaplanowane i zrealizowane. W efekcie osiągnięte w 2016 r. wyniki finansowe były zgodne z wcześniej opublikowaną prognozą finansową” - powiedział Lech Przemieniecki, Prezes Zarządu TXM S.A.

Grupa TXM w 2016 r. osiągnęła 377,8 mln zł przychodów, czyli o 20% więcej niż w poprzednim roku. Marża handlowa wzrosła o 22,6% do 158,1 mln zł. Z kolei koszty sprzedaży i ogólnego zarządu zwiększyły się o 30,8% do 141,4 mln zł. W efekcie Grupa rozwijająca sieć dyskontów odzieżowych w 2016 r. wypracowała zysk na sprzedaży na poziomie 16,7 mln zł, czyli o 4,2 mln zł niższym niż rok wcześniej. Zysk operacyjny wyniósł 16,6 mln zł, względem 21 mln zł w 2015 r., a EBITDA była na poziomie 22,9 mln zł w porównaniu do 25,2 mln zł rok wcześniej. W 2016 r. Grupa TXM wypracowała 13,1 mln zł zysku netto (16,1 mln zł w 2015 r.).

Zmniejszenie zysku na sprzedaży było konsekwencją trzech głównych zdarzeń: inwestycji w poprawę efektywności na rynku krajowym (m.in. nowy format sklepów), zwiększenia kosztów centrali TXM oraz powiększenia straty na działalności zagranicznej w efekcie jej dynamicznego rozwoju.

Wzrost zysku na sprzedaży wypracowany w kanałach dystrybucji w Polsce to efekt głównie poprawy sprzedaży w sklepach porównywalnych o 1,1% oraz zwiększania procentowej marży handlowej. *„Wzrost marży wynikał głównie z lepszego, tańszego oraz bardziej optymalnego zakupu towarów dokonywanych zarówno w kraju jak i z importu bezpośredniego. Wzrost marży wystąpił we wszystkich grupach asortymentowych, co jest w konsekwencją m.in. lepszego doboru produktów. Jednocześnie zwiększyliśmy udział towarów importowanych w sprzedaży średnio w całym okresie o 4 p.p. do 12% średniorocznie. Na tych towarach uzyskiwana marża jest o kilka punktów procentowych wyższa niż na towarach kupowanych w Polsce” – podkreślił Lech Przemieniecki.*

Wzrost kosztów centrali wynikał głównie z konieczności dostosowania struktur organizacyjnych do większej skali działalności, w tym m.in. w zakresie logistyki, zespołów handlowych, reklamy oraz IT.

Bardzo istotny wpływ na wyniki osiągnięte przez Grupę TXM miała działalność zagraniczna. W okresie całego 2016 r. została na niej poniesiona strata w wysokości 4,2 mln zł, to jest o 2,8 mln zł więcej niż

rok wcześniej. Strata została poniesiona we wszystkich krajach zagranicznych, w których TXM prowadzi działalność (Rumunia, Słowacja, Czechy), jednak tempo dochodzenia do rentowności jest w nich różne. Rynek rumuński jest głównym obszarem ekspansji zagranicznej, gdzie planowany jest dalszy intensywny rozwój oraz ugruntowanie pozycji jednego z jego liderów. Sklepy bardzo szybko stają się dochodowe, a przyczyną ponoszonej straty są koszty centralne, które zwłaszcza w początkowym okresie działania nie mają pokrycia w odpowiedniej masie zysku generowanego przez sklepy. Na koniec minionego roku w Rumunii działało 30 sklepów TXM. Z kolei rynek słowacki jest stabilny, ale sklepy nieco dłużej dochodzą do progu rentowności. Dlatego względem tego rynku TXM ma plan selektywnych otwarć nowych lokalizacji. W Czechach Zarząd pracuje głównie nad poprawą efektywności istniejącej sieci. Prowadzone są działania polegające zarówno na podwyższeniu sprzedaży jak i obniżeniu kosztów funkcjonowania sklepów. Zminimalizowanie negatywnego wpływu rynku czeskiego na wyniki Grupy TXM jest priorytetem Zarządu na 2017 rok.

„W bieżącym roku naszym celem jest kontynuacja rozwoju sieci w kraju i za granicą. Konsekwentnie stawiamy tutaj głównie na rynek rumuński. Poza otwieraniem nowych marketów chcemy tam uruchomić także sprzedaż on-line. Będziemy jednocześnie koncentrować się dalszej poprawie marży handlowej m.in. poprzez działania optymalizujących strukturę oferty” – dodał Lech Przemieniecki. Pierwszy kwartał br. ze względu na wdrożenie systemu SAP będzie jednak wyraźnie słabszy sprzedażowo, a tym samym wynikowo. W następnych miesiącach TXM powinno osiągać wyniki coraz bardziej zbliżone do roku poprzedniego. „W kolejnych okresach powinniśmy czerpać korzyści z wyższych marż m.in. dzięki zwiększonemu udziałowi importu własnego oraz działać skuteczniej, a tym samym poprawiać wyniki względem 2016 r.” – podsumował Prezes TXM S.A.

TXM S.A. jest właścicielem ponad 400 sklepów dyskontowych TXM zlokalizowanych na terenie całego kraju oraz za granicą. Prowadzi także sprzedaż internetową przez e-sklep www.txm24.pl Sklepy TXM oferują swoim klientom szeroką gamę odzieży oraz innych artykułów tekstylnych dobrej jakości w konkurencyjnych cenach. Firma TXM S.A. (dawniej Adesso S.A.) została zarejestrowana w Krakowie w 1989 r. Od samego początku swojego istnienia działa w branży tekstylno-dziecięcej. Od 29 grudnia 2016 r. TXM S.A. jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Spółka należy do grupy kapitałowej Redan S.A. Więcej informacji www.txm.pl