



Łódź, 30 kwietnia 2019 r.

Do Akcjonariuszy Redan SA

Szanowni Państwo,

Pragnę przedstawić Państwu Raport Roczny Redan za rok 2018.

Podstawowym majątkiem Redan SA są udziały w spółkach zależnych: TXM SA (58,7% kapitału) prowadzącej działalność na rynku dyskontowym oraz Top Secret Sp. z o.o. (100%), zarządzającej operacjami Grupy w segmencie modowym. Powoduje to, że nie można oceniać wyników Redan, ani zmian zachodzących w Spółce, w oderwaniu od kontekstu, jakim jest cała Grupa Kapitałowa.

Działalność Grupy Kapitałowej Redan opiera się na dwóch filarach – sektorze modowym (marki Top Secret, Troll i Drywash) i segmencie dyskontowym, w którym działa sieć sklepów TXM.

Podkreślić należy, że oba segmenty są od siebie całkowicie niezależne. Jedynym łączącym je elementem jest fakt posiadania przez Redan 58,7% akcji w TXM SA. Każdy z nich prowadzi dla siebie odrębne operacje niepowiązane i niewspółdzielone z tym drugim. W szczególności w każdym segmencie są inne towary, kupione od innych dostawców, zamówione przez innych pracowników, obsługiwane przez inne magazyny i sprzedawane w innych sklepach. Segmenty są także rozdzielone pod względem finansowym – korzystają z odrębnych źródeł finansowania bez wzajemnych poręczeń, czy zabezpieczeń.

Rok 2018 dzieli się wyraźnie na dwa różne półrocza. W pierwszym Top Secret realizował plany sprzedaży i marży, a poziomy osiąganych przychodów w TXM w kwietniu i maju pozwalały mieć nadzieję, że nastąpiło odwrócenie tendencji. Niestety wraz z upływem czasu sytuacja się zmieniała. Najpierw od czerwca notowaliśmy spadki sprzedaży r/r w segmencie dyskontowym. Następnie ciepła jesień i początek zimy nie sprzyjała także marce Top Secret, w kolekcji której – na podstawie szczegółowych analiz – w tym roku większy udział stanowiły asortymenty ciężkie: kurtki i swetry.

Miniony rok 2018 był drugim z rzędu, w którym w segmencie dyskontowym były podejmowane działania naprawcze. Jednakże – z perspektywy czasu widać to wyraźnie - były one reakcją na pojawiające się problemy, czyli przede wszystkim braki w zatowarowaniu sklepów występujące wyraźnie od czerwca. Zakładaliśmy, że rozwiązanie tych problemów spowoduje szybkie odbudowanie poziomu sprzedaży. Tak się jednak nie stało. Pomimo dofinansowania w sierpniu TXM kwotą 31,9 mln zł, która została przeznaczona na zasilenie kapitału obrotowego, wzrost sprzedaży nie nastąpił. To spowodowało, że pod koniec 2018 r. została podjęta decyzja dotycząca zmiany sposobu restrukturyzacji sieci TXM. Po pierwsze, eliminowane są wszelkie operacje, które powodują wpływ gotówki. W tym obszarze mieści się zamknięcie ok. 80 nierentownych sklepów TXM w Polsce, zakończenie działalności na rynkach zagranicznych (w Rumunii i Słowacji) oraz dalsza optymalizacja

kosztów działalności. Po drugie, konieczne są działania, które spowodują wzrost sprzedaży i marży. W tym zakresie są wprowadzane zmiany w ofercie asortymentowej w celu jej optymalnego dostosowania do potrzeb grupy docelowej klientów, plany zakupów towarów są przygotowywane w oparciu na realnych prognozach sprzedaży oraz wdrażana jest optymalna alokacja towarów w sieci sklepów. Plan naprawczy zakładający wskazane powyżej punkty został przygotowany przez zarząd i jest realizowany.

W opinii zarządu zmiana podejścia do planu restrukturyzacji, w porównaniu do działań podejmowanych w latach 2017 i 2018 powoduje, że prawdopodobieństwo wdrożenia go z sukcesem jest wysokie. W celu potwierdzenia jego wiarygodność TXM w marcu br. zaangażował firmę doradcą Ernst & Young, której zadaniem jest wsparcie w obszarze weryfikacji strategii oraz planu restrukturyzacyjnego.

Dodatkowo rozpoczęliśmy także proces restrukturyzacji finansowej. W dniu 3 kwietnia 2019 roku TXM złożył wniosek o otwarcie przyspieszonego postępowania układowego. Jego celem jest: (i) zapewnienie TXM możliwości kontynuowania działalności handlowej oraz przeprowadzenie restrukturyzacji, która doprowadzi do poprawy bieżącej płynności i wyników finansowych oraz (ii) ochrona wszystkich podmiotów pozostających z TXM w stosunkach gospodarczych i możliwie pełne zabezpieczenie ich interesów. W ramach postępowania restrukturyzacyjnego TXM będzie dążyć do zawarcia układu z wierzycielami niezabezpieczonymi oraz do zawarcia porozumienia z bankami finansującymi działalność segmentu dyskontowego.

Rok 2019 w segmencie dyskontowym upłynie przede wszystkim na wdrażaniu zmodyfikowanego programu restrukturyzacyjnego, w tym zapewnieniu dostaw towarów od dostawców, a także negocjacji warunków dalszej współpracy z bankami oraz warunków układu z kontrahentami. Zarząd ocenia szanse osiągnięcia porozumienia z oboma grupami wierzycieli jako wysokie, gdyż stopień ich zaspokojenia w postępowaniu restrukturyzacyjnym będzie dużo większy, niż w alternatywnym scenariuszu upadłościowym spółki TXM SA.

Ewidentna poprawa wyników finansowych w segmencie dyskontowym powinna nastąpić w roku 2020. Wtedy zarząd oczekuje wyraźnego przekroczenia przez EBITDA prognozy rentowności.

Sieć sklepów Top Secret w Polsce rozwijała się w 2018 r. zgodnie z założeniami naszej wieloletniej strategii i zwiększyła się o 10% r/r. W minionym roku mieliśmy jednak do czynienia z dwoma odmiennymi okresami. W pierwszych dwóch kwartałach w pełni zrealizowaliśmy założenia sprzedażowe i marżowe. Na sezon jesień-zima – w oparciu o wyniki naszych sprzedaży w 2017 r. oraz widoczne trendy rynkowe – wprowadziliśmy zmiany asortymentowe polegające na zwiększeniu oferty kurtek i swetrów. Niestety, zmiana tej oferty zderzyła się z wyjątkowo niesprzyjającymi dla niej warunkami pogodowymi. Wysokie temperatury we wrześniu oraz ich kontynuacja w październiku (okresowo nawet 12 stopni powyżej średniej historycznej), spowodowały ograniczenie tempa sprzedaży, a następnie ich agresywną wyprzedaż w listopadzie i grudniu, co negatywnie wpływało na sprzedaż i marżę.

Pomimo słabszego drugiego półrocza sklepy Top Secret w Polsce utrzymały poziom rentowności r/r, a kanał e-commerce odnotował nie tylko poprawę sprzedaży o 9%, ale również poprawę rentowności o 3 p.p. Spadek sprzedaży i marży zanotowaliśmy natomiast na rynkach zagranicznych. Był on konsekwencją redukcji sieci sprzedaży na Ukrainie o 18% oraz czasowego



ograniczenia współpracy z największymi internetowymi multibrandami odzieżowymi w Rosji, w związku ze zmianą formy współpracy.

W efekcie wzrostu wielkości zamówienia w 2018 wynikającego z rozwoju sieci sklepów w Polsce, wyższego kursu USD/PLN r/r. oraz przede wszystkim niższej od zakładanej sprzedaży asortymentów ciężkich w kolekcji jesienno-zimowej na dzień 31 grudnia 2018 r. nastąpił wzrost wartości zapasów rynku modowego o 24,5 mln zł do łącznie 87,5 mln zł. Zmniejszenie poziomu zapasu jest w związku z tym jednym z kluczowych wyzwań dla segmentu modowego na rok 2019. W pierwszej kolejności zintensyfikowana zostanie sprzedaż tych towarów w rozbudowywanej sieci outletów oraz na rynkach zagranicznych. Ponadto część towarów z sezonu jesień/zima, szczególnie tych nie wysłanych w IV kwartale ubiegłego roku do sklepów, w racjonalny i selektywny sposób zostanie wkomponowana w kolekcję tegoroczną zmniejszając odpowiednio wartość nowego zamówienia.

Pomimo wymienionych powyżej wyzwań taktycznych związanych z nadmiernym zapasem, powstałym na skutek istotnego rozminięcia się założeń dotyczących kolekcji na jesień/zimę 2018 i panujących warunków pogodowych, osiągnięte wyniki potwierdzają sensowność założeń strategicznych dla marki Top Secret. Cele strategiczne na najbliższe lata koncentrują się na rozbudowie o ok. 30% kanałów dystrybucji marki Top Secret w Polsce (offline i online) umożliwiającą wykorzystanie efektu skali i dźwigni operacyjnej. Docelowo planowany jest także zrównoważony i systematyczny wzrost marży procentowej o 3 p.p. do poziomu średniego w branży odzieżowej.

Dziękuję naszym partnerom biznesowym oraz pracownikom za wkład w nasze rezultaty. Klientom – za zainteresowanie naszymi markami i ich ofertą. Dziękuję również inwestorom za zaufanie. Jednocześnie chciałbym zapewnić, że na co dzień dokładamy wszelkich starań, aby Grupa Redan osiągała najlepsze wyniki finansowe.

Z poważaniem

Bogusz Kruszyński
Prezes Zarządu Redan SA