

Podsumowanie realizacji projektu GoGlobal.PL oraz określenie kierunków sprzedażowych Pylon Audio

Pylon S.A. od 2011 roku prowadzi aktywną sprzedaż produktów własnych na terenie Polski. Dynamiczny rozwój spółki i wzrost rozpoznawalności marki Pylon Audio na rodzimym rynku umożliwił spółce równoległe podjęcie - niezbędnych w warunkach globalnej konkurencji, jak też ze względu na zakładany w kolejnych latach systematyczny wzrost sprzedaży – wzmoczonych działań proeksportowych. W związku z podjętą przez spółkę aktywnością na rynku niemieckim – a w przyszłości również w wybranych krajach europejskich aż po sprzedaż na poziomie globalnym – Emitent opracował wyjściowe założenia i cele dotyczące ekspansji zagranicznej na lata 2016-2020, uwzględniające branżową specyfikę rynku, na którym działa, co w znaczący sposób wpłynie będzie na finalne efekty sprzedażowe, a tym samym konieczność bieżącej weryfikacji przyjętej strategii eksportowej.

Podstawowym kanałem dystrybucji zestawów głośnikowych sygnowanych marką Pylon Audio – tak w Polsce, jak też na rynkach zagranicznych – są salony sprzedaży pomiotów zewnętrznych, z którymi Emitent systematycznie nawiązuje współpracę. Zgodnie z panującą na rynku praktyką, związaną z dystrybucją tego typu sprzętu, Emitent nie zawiera z dystrybutorami umów zapewniających Emitentowi stały przychód. Sprzedawcy sprzętu audio na bieżąco monitorując rynek pod kątem popytu na dane produkty (recenzje, artykuły w prasie branżowej), podejmują decyzję o tym jakie produkty znajdują się w ich ofercie. Emitent rozlicza się z dystrybutorami na podstawie wystawionych przez Emitenta faktur VAT. Praktyka ta obowiązuje na całym świecie, a więc również w przypadku współpracy Pylon S.A. z dystrybutorami zagranicznymi, oferujących produkty Pylon Audio w ramach obsługiwanych salonów sprzedaży.

Krajowa sieć dystrybucji Pylon Audio obejmuje aktualnie niemal 30 salonów sprzedaży, w tym m.in. sieć RTV Euro AGD oraz autorski sklep internetowy www.pylonsklep.pl. Od 2015 roku produkty Pylon Audio są również dostępne w Norwegii, a od kwietnia 2016 roku – jako efekt realizacji przez Emitenta programu GO_GLOBAL.PL – na rynku niemieckim.

W trakcie realizacji projektu GO_GLOBAL.PL, współfinansowanego przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, Pylon S.A nawiązał szereg kontaktów biznesowych z niemieckimi przedstawicielami salonów audio. W związku ze wzmoczoną aktywnością eksportową Pylon S.A. w tej części Europy, Emitent zweryfikował – zgodnie z aktualnym popytem na produkty Pylon Audio ze strony niemieckich partnerów – strategię akwizycyjną na rynku niemieckim, która przypadnie na okres lipiec-sierpień 2016 roku, z ewentualnym przedłużeniem działań na III kwartał 2016 roku. Ma to się przyczynić do zwiększenia sprzedaży w IV kwartale 2016r. Widocznym efektem realizacji projektu GO_GLOBAL.PL jest zawarcie współpracy z Max Schlundt z Max Schlundt - Kultur Technik (www.maxschlundt.de). Jest to pierwszy sklep audio sprzedający produkty Pylon Audio na rynku niemieckim, który jest otwarty na produkty innowacyjne, a przy tym charakteryzujące się wysoką jakością wykonania, oferowaną w konkurencyjnej rynkowo cenie, uwzględniając przy tym realia i oczekiwania zachodnich klientów. Pylon

S.A. – zważywszy na bardzo duże doświadczenie branżowe, bliskość rynku niemieckiego, ma wszelkie narzędzia na oddziaływanie na niego. Rozwój sieci dystrybucji na rynku niemieckim jest zatem w 2016 roku strategicznym celem Emitenta.

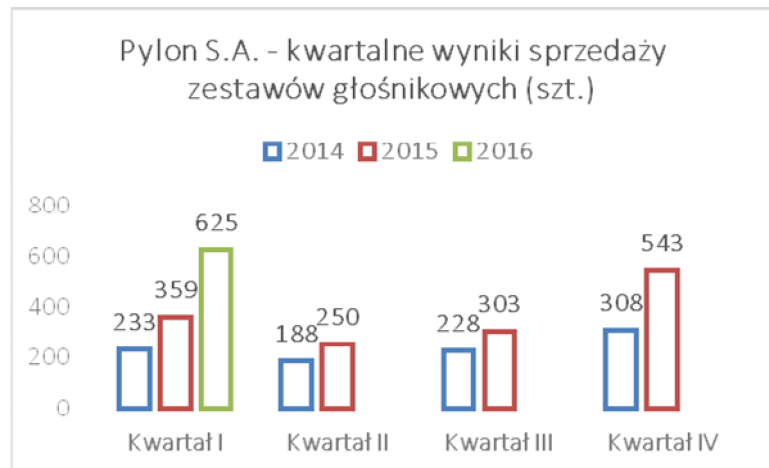
Udział w targach High End Munich na początku maja 2016 – zrealizowany dzięki dotacji z NCBiR w ramach programu GO_GLOPAL.PL – umożliwił również zaprezentowanie marki Pylon Audio przedstawicielom branży audio z całego świata. Pylon S.A. realizuje aktualnie pilotażowe zamówienia, które zostały już złożone przez partnerów z: Francji, Belgii, Hiszpanii, Szwajcarii i Turcji. Łączna wartość złożonych zamówień

oscyluje na poziomie 100.000,00 zł (sto tysięcy złotych). Aktualnie Pylon S.A. prowadzi również zaawansowane negocjacje z partnerami z: Rumunii, Indii, Ukrainy, Cypru oraz Korei Południowej.

Jednakże, mając na uwadze praktykę rynkową, należy założyć, że wskazany powyżej poziom sprzedaży odnosi się do bieżących, wskazanych powyżej zamówień, a co za tym idzie – będzie podlegał bieżącym zmianom, tak pod względem wolumenu, jak i wartości zamówień, co sprawia jednocześnie, że niemożliwe jest dokładne prognozowanie wskaźników sprzedaży. W ocenie Zarządu sprzedaż na rynki zagraniczne będzie jednak stopniowo zwiększała się, pozwalając spółce na realizację ogólnej strategii ekspansji zagranicznej, przyjętej na lata 2016-2020, która zakłada m.in.:

- rozwój kanałów sprzedaży na obsługiwanym już rynku norweskim i niemieckim
- kontynuację rozmów handlowych i realizację bieżących zamówień na rzecz partnerów z: Francji, Belgii, Hiszpanii, Turcji, Szwajcarii
- nawiązanie współpracy z dystrybutorami z Austrii, Rumunii, Indii, Ukrainy oraz Korei Południowej, Cypru
- eksport produktów Pylon Audio na rynki, które nie zostały wskazane bezpośrednio w przyjętej strategii, zgodnie z przyjętą polityką sprzedażową Emitenta
- współpracę w zakresie seryjnej produkcji obudów głośnikowych na rzecz partnerów zewnętrznych, prowadzących sprzedaż finalnych produktów m.in. w Stanach Zjednoczonych, Europie oraz na rynkach azjatyckich

Równoległe do działań proeksportowych, Pylon S.A. realizuje projekty związane z seryjną produkcją obudów głośnikowych na rzecz międzynarodowych producentów zestawów głośnikowych. W maju 2016 roku Pylon S.A. podpisał nowy kontrakt na seryjną sprzedaż obudów do głośników. W ramach



współpracy z producentem studyjnych zestawów głośnikowych, obudowy wytwarzane w zakładzie w Jarocinie stanowią będąc elementem konstrukcyjnym zestawów audio oferowanych w Europie, Azji i Stanach Zjednoczonych pod renomowaną, międzynarodową marką. Kontrakt przewiduje produkcję i sprzedaż ok. 1000 obudów rocznie. Pylon S.A. dostrzega w tym segmencie rynku sporą przewagę oraz umożliwia to dodatkowe skomercjalizowanie możliwości technologicznych Emitenta.

W I kwartale 2016 roku Pylon S.A. odnotował 0,87 mln zł przychodów ze sprzedaży produktów własnych w porównaniu do 0,55 mln zł rok wcześniej. Początek 2016 roku okazał się dla polskiego producenta niezwykle atrakcyjny pod względem zbytu – krajowi konsumenci kupili w tym czasie aż 625 autorskich zestawów głośnikowych marki Pylon Audio w porównaniu do 359 rok wcześniej i 233 w pierwszych trzech miesiącach 2014 roku.

Z kolei, w 2015 roku Pylon S.A. osiągnął 52 proc. wzrost sprzedaży produktów własnych w ujęciu ilościowym i 59 proc. pod względem przychodów. W tym okresie producent sprzedał łącznie 1455 zestawów głośnikowych w odniesieniu do 957 w 2014 roku, dzięki czemu przychody spółki wyniosły narastająco po czterech kwartałach 2015 roku 2,29 mln zł w porównaniu do 1,44 mln zł rok wcześniej.

Najważniejszym elementem wpływającym na sprzedaż tego typu produktu jest znajomość marki i producenta. Potencjał wzrostu wartości i ilości sprzedawanych dóbr jest jednoznaczny.

