



**Sprawozdanie
z działalności Grupy Kapitałowej REDAN
w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2008r.**

Łódź, 30 kwietnia 2009r.

Spis treści

<u>1. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ REDAN</u>	<u>3</u>
Marki i kanały dystrybucji	3
Struktura sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan wg kanałów dystrybucji	4
Struktura geograficzna sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan	5
<u>2. SYTUACJA FINANSOWA GRUPY KAPITAŁOWEJ REDAN</u>	<u>6</u>
Rachunek zysków i strat	6
Bilans	7
Rachunek przepływów pieniężnych	9
<u>3. PODZIAŁ WYNIKU GRUPY REDAN ZA 2008 R. NA KANAŁY DYSTRYBUCJI (MARKI)</u>	<u>11</u>
Wynik sieci Textilmarket	14
Wynik marki Top Secret	15
Wynik marki Troll	16
Wynik działalności zagranicznej	18
Wynik marki Morgan	19
Wynik sprzedaży do sieci handlowych	20
Wynik marki Trendstation	21
<u>4. ZAŁOŻENIA STRATEGII I PRZEWIDYWANY ROZWÓJ GRUPY KAPITAŁOWEJ REDAN</u>	<u>21</u>
Założenia strategiczne	21
Czynniki mogące mieć wpływ na funkcjonowanie Grupy Kapitałowej REDAN	23
<u>5. INFORMACJE DODATKOWE</u>	<u>25</u>
Odbiorcy	25
Dostawcy	25
Sprzedaż i najem nieruchomości	26
Umowy ubezpieczenia	26
Informacje o zaciągniętych kredytach, umowach pożyczek i udzielonych poręczeniach i gwarancjach	26
Emisje papierów wartościowych	27
Transakcje z podmiotami powiązanymi	27
Objaśnienia dotyczące sezonowości lub cykliczności działalności emitenta w prezentowanym okresie	27
Dywidenda	27
Zdarzenia po dniu bilansowym	27
Organizacja Grupy Redan	27
Organy zarządzające i nadzorujące	30
Akcjonariusze	32
Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowników.	32
Informacje o umowach i podmiocie uprawnionym do badania sprawozdań finansowych	32
Informacje o postępowaniach sądowych	33
<u>6. OŚWIADCZENIE ZARZĄDU</u>	<u>33</u>

1. Działalność Grupy Kapitałowej REDAN

Marki i kanały dystrybucji

W 2008 r. podstawowym przedmiotem działalności Grupy Kapitałowej REDAN było – bez zmian – projektowanie, zlecanie produkcji oraz marketing i sprzedaż kolekcji obejmujących wiele grup asortymentowych odzieży codziennego użytku.

Kontynuowana była dotychczasowa strategia rozwoju własnych sieci detalicznych. W tym roku zostały otwarte kolejne sklepy marek Textilmarket, Top Secret, Troll i Morgan.

Poza dominującym na chwilę obecną detalicznym kanałem dystrybucji, towary oferowane przez Grupę Kapitałową REDAN są sprzedawane w Polsce do sieci hipermarketów. Dodatkowo, Grupa Kapitałowa REDAN prowadzi również sprzedaż na eksport.

Top Secret

Marka Top Secret jest skierowana do jednej z najdynamiczniej obecnie rozwijających się na rynku odzieżowym grup klientów, młodych ludzi zarabiających już na swoje utrzymanie, lecz nieobciążonych jeszcze obowiązkami i zobowiązaniami, jakie wiążą się z posiadaniem rodziny i dzieci.

Grupą docelową marki Top Secret są osoby ambitne, wierzące we własne możliwości, które chcą czuć się młodo i korzystać z życia. Dominują w tej grupie osoby w wieku 24-35 lat o średnim i wyższym statusie społecznym, mieszkający w miastach o populacji powyżej 50 tys. mieszkańców, osoby lepiej wykształcone oraz osoby stanu wolnego. Marka Top Secret jest kojarzona z dobrą jakością oraz zróżnicowaną kolekcją, prostymi i modnymi fasonami w dobrej cenie.

Bieżące kolekcje Top Secret sprzedawane są wyłącznie w monobrandowych sklepach odzieżowych.

**Ubrania dla ludzi
młodych i
dynamicznych,
do pracy
i po pracy typu
„soft office”**

Troll

Troll to jedna z najlepiej znanych marek odzieżowych w Polsce, oferująca odzież i dodatki dla młodych, nowoczesnych i nieco zwariowanych kobiet. Kolekcje zgodne są z najnowszymi trendami, pozwalają na łączenie i komponowanie różnorodnych zestawów oraz szaleństwo i zabawę stylem. Ubrania i akcesoria Troll podkreślają kobiecą naturę i charakter.

**Ciuchy dla dziewcząt,
które stają się
młodymi kobietami,
ceniących sobie styl
i niezależność**

Textilmarket

Textilmarket jest siecią samoobsługowych dyskontowych sklepów odzieżowych, które są zlokalizowane w mniejszych miastach (głównie 10-70 tys. mieszkańców). Markety oferują bardzo szeroki asortyment odzieży dla całej rodziny (praktycznie na każdą okazję poza strojami wieczorowymi) dla różnych grup wiekowych uzupełniony towarami tekstylnymi i obuwiem. Podstawowym elementem strategii jest oferowanie towarów o bardzo korzystnej dla klienta relacji między ich jakością a ceną. Wystrój i wyposażenie sklepów są dostosowane do formuły działania tej sieci, czyli do modelu dyskontowego.

**Ubrania dla całej
rodziny, dobra
jakość za
przystępną cenę**

Morgan

Morgan jest kolejną marką obecną w kanale detalicznym Grupy Redan. Marka ta skierowana jest jednak do innego segmentu odbiorców niż Troll czy Top Secret. Grupą docelową są kobiety w wieku 25-40 lat, ceniące sobie niezależność wizualną, oryginalność własnego wyglądu oraz śledzące zmieniające się szybko trendy mody. Odzież marki Morgan jest odzieżą z wyższego segmentu cenowego. Sprzedaż tej marki odbywa się na podstawie umowy franczyzowej zawartej z Morgan Francja.

**Kobiety eleganckie
i z fantazją to grupa
docelowa marki**

TH Inspiration i inne marki do sieci handlowych

Redan posiada wieloletnie doświadczenie, zasoby finansowe oraz możliwości logistyczne pozwalające na realizację w ścisłym rygorze czasowym dostaw towarów uzgodnionych z klientami. Towary te są projektowane pod kątem konkretnych potrzeb odbiorców. Ponadto w tym kanale sprzedawane są pozostałości zapasów towarów z minionych kolekcji.

Trendstation

W ramach tej marki była oferowana kolorowa bawełniana bielizna dla kobiet oraz akcesoria odzieżowe (paski, szaliki, rękawiczki, portfele, klapki, torby itp.). Dystrybucja odbywała się na charakterystycznych standach zlokalizowanych w różnych punktach handlowych nie powiązanych inaczej niż umową o współpracy z Grupą Kapitałową Redan.

Serie budżetowe skierowane do niewymagających odbiorców za konkurencyjną cenę

Bawełniana bielizna i dodatki dla dziewcząt i młodych kobiet ceniących wygodę

Struktura sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan wg kanałów dystrybucji

W okresie od 2003 Grupa Kapitałowa Redan przeszła bardzo intensywne przekształcenia. Została praktycznie odwrócona struktura sprzedaży z ok. 80% przychodów realizowanych na rynku hurtowym w 2002 r. do ok. 93% we własnych sieciach detalicznych w 2008 r. Kierunek tych zmian jest pochodną strategii przyjętej w 2003 r. zgodnie z którą jedynie bezpośredni kontakt z klientem detalicznym oraz własne marki odzieżowe mogą być źródłem długookresowej przewagi konkurencyjnej. Jednocześnie dywersyfikacja grup docelowych klientów poszczególnych marek z portfela Grupy zyskuje coraz bardziej na znaczeniu w dobie osłabionej koniunktury gospodarczej.

W tabeli poniżej przedstawiony został udział poszczególnych kanałów dystrybucji w sprzedaży Grupy ogółem.

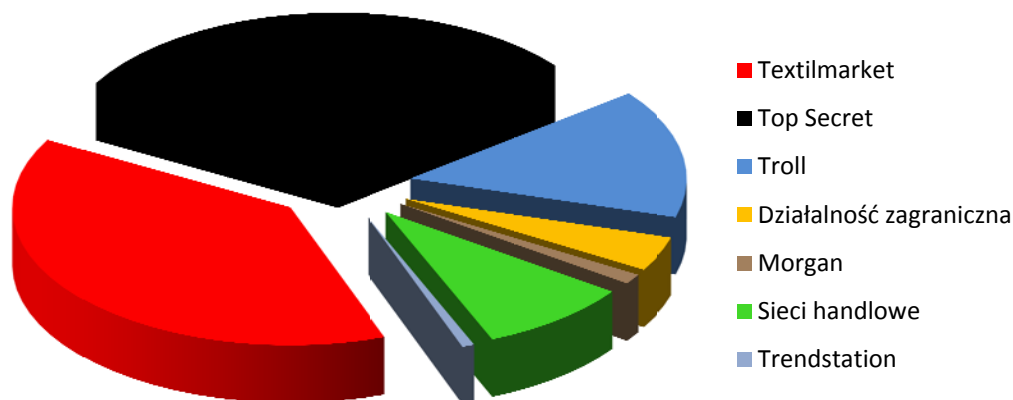
Tabela nr 1 Struktura sprzedaży towarów Grupy Kapitałowej Redan wg kanałów dystrybucji w 2008r. i roku poprzednim.

wzrost sprzedaży detalicznej o 21%

tys. zł.	2008	udział	2007	udział	zmiana
Textilmarket	121 462	40,5%	103 431	34,5%	17,4%
Top Secret	98 101	32,7%	76 707	25,6%	27,9%
Troll	44 252	14,8%	37 860	12,6%	16,9%
Morgan	3 409	1,1%	3 478	1,2%	-2,0%
Działalność zagraniczna	11 470	3,8%	9 053	3,0%	26,7%
Sprzedaż detaliczna	278 694	92,9%	230 530	76,8%	20,9%
Sieci handlowe	19 461	6,5%	21 787	7,3%	-10,7%
Trendstation	1 674	0,6%	3 046	1,0%	-45,0%
Pozostała	0	0,0%	2	0,0%	-92,2%
Sprzedaż towarów razem	299 978		257 281		16,6%

Poniżej przedstawiona została graficznie struktura sprzedaż Grupy Kapitałowej Redan w 2008r w podziale na kanały dystrybucji.

Wykres nr 1 Struktura sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan w 2008r.



Struktura geograficzna sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan

Dominująca część sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan prowadzona jest na rynku polskim (96%).

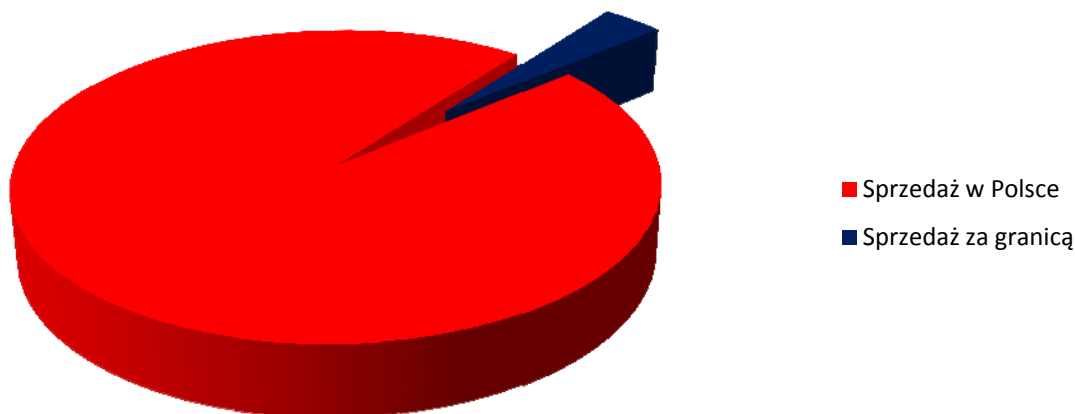
W roku 2008 udział sprzedaży za granicą zmniejszył się o 1 pp. w porównaniu do roku poprzedniego. Wartość sprzedaży zwiększyła się zaś o 30%. Wynika to ze zmian w strukturze sprzedaży zagranicznych spółek zależnych i ograniczenia dostaw towarów do zagranicznych klientów nie powiązanych z Grupą Redan i rozwoju sprzedaży detalicznej. Spółki zależne w Czechach i na Słowacji prowadziły wyłącznie sprzedaż detaliczną w ramach prowadzonych sklepów własnych. W połowie 2007 roku podjęto decyzję o zaprzestaniu sprzedaży hurtowej na Ukrainie. Kontynuowana była rozbudowa sieci sprzedaży Top Secret w oparciu o sklepy franczyzowe. W roku 2008 zamknięto dwa sklepy Top Secret w Czechach. Na Ukrainie otwarto jeden nowy sklep własny, kolejny został przekształcony ze sklepu franczyzowego, ponadto otwarto 9 sklepów franczyzowych.

wój sieci
p Secret
i granicą

Tabela nr 2. Geograficzna struktura sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan w latach 2007-2008.

	2008		2007		Δ 2008/2007
	wartość	struktura	wartość	struktura	
Sprzedaż w Polsce	290 433	96%	250 910	97%	16%
Sprzedaż za granicą	10 746	4%	8 266	3%	30%
RAZEM	301 179		259 176		

Wykres nr 2. Geograficzna struktura sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan w 2008r.



2. Sytuacja finansowa Grupy Kapitałowej REDAN

Rachunek zysków i strat

W tabeli poniżej przedstawiono analizę skonsolidowanych wyników osiągniętych przez Grupę Kapitałową REDAN w 2008r.

Tabela nr 3 Wybrane pozycje rachunku zysków i strat Grupy Redan za 2008 i 2007 rok.

	[tys. PLN]	2008	2007	zmiana %	zmiana Δ
Sprzedaż		301 179	259 176	16%	
Zysk brutto na sprzedaży		145 933	114 035	28%	
<i>Marża brutto</i>		48,45%	44,00%		4,45%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu		136 134	118 973	14%	
Zysk na sprzedaży		9 800	-4 938	298%	
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>		3,25%	-1,91%		5,16%
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych		2 373	-3 135	176%	
EBITDA		18 809	-1 185	1687%	
<i>Marża EBITDA</i>		-0,10%	-0,46%		0,35%
Zysk operacyjny		12 172	-8 073	251%	
<i>Marża EBIT</i>		4,04%	-3,12%		7,16%
Saldo przychodów i kosztów finansowych		-4 204	-3 862	-9%	
Zysk brutto		7 968	-11 904	167%	
<i>Rentowność brutto</i>		2,65%	-4,59%		7,24%
Zysk netto		5 136	-9 208	156%	
<i>Rentowność netto</i>		1,71%	-3,55%		5,26%

Najistotniejszym, w ocenie zarządu, elementem wyników 2008 r. jest osiągnięcie przez Grupę Redan zysku na sprzedaży większego o 14,7 mln zł. w porównaniu do 2007r. Oznacza to, że Grupa Redan odzyskała rentowność na swojej podstawowej działalności, czyli sprzedaży odzieży. Na tym poziomie rachunku zysków i strat, w 2008 roku nie miały miejsca

żadne zdarzenia nie związane z podstawową działalnością Grupy Redan. Wynik 2007 r. na tym samym poziomie uwzględnia zaś sprzedaż innych towarów niż odzież, tj.: (i) nieruchomości za kwotę 1,9 mln PLN oraz (ii) regałów magazynowych w kwocie 0,6 mln PLN. Po skorygowaniu o marżę na tych transakcjach, zysk na sprzedaży 2008 r. jest o ponad 16 mln zł wyższy od osiągniętego w roku 2007.

Na poziom pozostałych przychodów operacyjnych wpływ miał zysk ze sprzedaży nieruchomości położonej przy ul. Żniwnej w Łodzi oraz przychody z rozwiązanych odpisów aktualizujących wartość zapasów i należności. Główne pozycje pozostałych kosztów operacyjnych to koszty likwidacji sklepów Troll w kraju oraz sklepów zagranicą, aktualizacja wartości zapasów towarów handlowych i utworzone odpisy na należności.

Zmniejszenie zadłużenia kredytowego w bankach przyczyniło się do niższego poziomu kosztów finansowych. Osłabienie kursu złotego w 2008r skutkowało przyrostem ujemnych różnic kursowych w porównaniu do 2007r

Szczegółowe dane o pozostałych przychodach i kosztach operacyjnych oraz przychodach i kosztach finansowych znajdują się w notach dodatkowych do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Redan.

Dodatkowym czynnikiem wpływającym na wynik netto Grupy Kapitałowej Redan był wynik finansowy osiągnięty przez wycenianą metodą własności spółkę Top Mark sp. z o.o. Spółka ta zajmuje się importem i dystrybucją szeroko rozumianych artykułów gospodarstwa domowego. Głównymi odbiorcami są sieci hipermarketów i hurtownie artykułów dla domu na terenie całego kraju. W 2008r. Top Mark sp. z o.o. zawarła walutowe transakcje zamiany stóp procentowych (CIRS JPY/PLN), na których poniosła stratę. Spowodowało to, że udział Redan SA w wyniku netto Top Mark Sp. z o.o. spadł w 2008 r. do 5,0 tys. zł. (z 1 306 tys. zł. w 2007 r.).

Bilans

W tabelach niżej przedstawione zostały główne pozycje bilansu Grupy Kapitałowej Redan.

Tabela nr 4. Aktywa Grupy Redan na koniec 2008 i 2007 roku (w tys. zł.)

	2008		2007		zmiana
	wartość	struktura	wartość	struktura	2008/2007
I. Aktywa trwałe	46 564	28%	46 085	29%	1%
1. Wartości niematerialne i prawne	1 826	1%	2 950	2%	-38%
2. Wartość firmy jednost. podporząd.	147	0%	557	0%	-74%
3. Rzeczowe aktywa trwałe	24 419	15%	22 218	14%	10%
4. Należności długoterminowe	6 208	4%	4 309	3%	44%
5. Inwestycje długoterminowe	3 451	2%	3 446	2%	0%
6. Długoterm. rozliczenia międzyokr.	10 513	6%	12 605	8%	-17%
II. Aktywa obrotowe	118 765	72%	113 424	71%	5%
1. Zapasy	72 922	44%	62 822	39%	16%
2. Należności krótkoterminowe	26 241	16%	24 405	15%	8%
3. Inwestycje krótkoterminowe	17 082	10%	19 915	12%	-14%
4. Krótkoterm. rozliczenia międzyokr.	1 582	1%	1 191	1%	33%
5. aktywa trwałe przeznaczone do sprzedaży	938	1%	5 091	3%	-82%
Aktywa razem	165 329		159 509		4%

Suma bilansowa Grupy Redan na dzień 31 grudnia 2008r. zwiększyła się o 4% w porównaniu ze stanem na 31 grudnia 2007r.

Wartość aktywów trwałych nie uległa istotnej zmianie. Złożył się na to z jednej strony spadek wartości niematerialnych i prawnych (w wyniku amortyzacji), wartości firmy w jednostkach podporządkowanych (w wyniku amortyzacji i odpisu aktualizującego wartość firmy Troll Market) oraz długoterminowych rozliczeń międzyokresowych (w wyniku zmniejszenia odroczonego podatku dochodowego). Z drugiej strony wzrosły rzeczowe aktywa trwałe w wyniku poniesionych nakładów na rozwój sieci sklepów oraz należności długoterminowe, co wynika ze zwiększenia wartości kaucji zwrotnych zabezpieczających prawidłowe wykonanie umów najmu wpłaconych właścicielom centrów handlowych oraz nieruchomości przy ul. Żniwnej w Łodzi (siedziba i centrum logistyczne Redan).

Na 31 grudnia 2008 r. istotnie wzrosła wartość towarów w drodze (są to towary, co do których zgodnie z zasadami INCOTERMS 2000 przeszło na Redan ryzyko uszkodzenia, utraty) do 18,7 mln zł (wobec 5,3 mln zł rok wcześniej). Jest to rezultatem przyspieszenia zamówień towarów na sezon wiosna/lato 2009 r. oraz znacznego osłabienia kursu złotego wobec USD (o 22% pomiędzy końcem 2008 a 2007 r.). O wartość towarów w drodze są powiększane stany zapasów w sklepach i magazynach w aktywach oraz zobowiązania z tytułu dostaw i usług w pasywach. Przyrost wartości towarów w drodze tłumaczy cały bilansowy wzrost zapasów. Oznacza to, że zarządzanie zapasami uległo poprawie, gdyż wartość towarów w magazynach i sklepach w 2008 r. zmniejszyła się, pomimo wzrostu powierzchni sieci handlowych.

W 2008 r. została zrealizowana sprzedaż nieruchomości położonej w Łodzi przy ul. Żniwnej, która na 31.12.2007 r. była wykazywana w aktywach trwałych przeznaczonych do sprzedaży. Spowodowało to spadek tej pozycji na 31.12.2008 r. Na ten dzień obejmuje ona głównie poniesione nakłady na sklepy Morgan.

Tabela nr 5. Pasywa Grupy Redan na koniec 2008 i 2007 roku (w tys. zł.)

	2008		2007		zmiana
	Wartość	struktura	wartość	struktura	2008/2007
I. Kapitał własny	69 878	42%	64 519	40%	8%
II. Kapitały mniejszości	5	0%	-14	0%	136%
III. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	95 446	58%	94 990	60%	0%
1. Rezerwy na zobowiązania	1 567	1%	1 728	1%	-9%
2. Zobowiązania długoterminowe	15 110	9%	31 662	20%	-52%
3. Zobowiązania krótkoterminowe	78 769	48%	61 600	39%	28%
w tym z tyt. dostaw towarów i usług	54 980	33%	36 991	23%	49%
4. Rozliczenia międzyokresowe	473	0%	366	0%	29%
IV. Ujemna wartość firmy jednostek podporządkowanych	5	0%	0	0%	-
Pasywa razem	165 329		159 509		4%

Wg stanu na koniec 2008 r. struktura finansowania Grupy Kapitałowej REDAN nie uległa istotnym zmianom, w porównaniu do 2007 r. W wyniku wypracowanego zysku nieznacznie zwiększył się udział kapitału własnego (do 42%), a spadły zobowiązania (do 58%).

Istotnym zmianom uległa struktura zobowiązań. W 2008 r. wartość kredytów zmniejszyła się o kwotę 18,9 mln zł. w wyniku dokonanych spłat, do kwoty 28,4 mln zł, co stanowiło 17% pasywów (wobec 29% na 31.12.2007 r.). Z drugiej strony o 48% zwiększyły się zobowiązania z tytułu dostaw towarów i usług. Znaczna część (75%) tego wzrostu wynika jednak ze zwiększenia wartości towarów w drodze, o czym była mowa powyżej.

Przy bez mała stałym poziomie zobowiązań nastąpiła zmiana ich struktury czasowej - wzrost zobowiązań krótkoterminowych a spadek długoterminowych. Wynika to z przesunięcia do zobowiązań krótkoterminowych kredytów bankowych, których raty przypadały na 31.12.2008 r. do spłaty w 2009 r. 30 marca 2009 r. zostało jednak podpisany aneks do porozumienia z bankami, który zmienił harmonogram spłat na 2009 r. Łączna wartość rat do spłaty na ten rok zmniejszyła się o 9,7 mln zł (z 14,2 mln zł do 4,5 mln zł).

Rachunek przepływów pieniężnych

W tabeli poniżej przedstawiono analizę przepływów pieniężnych Grupy Kapitałowej REDAN.

Tabela nr 6. Podsumowanie przepływów pieniężnych Grupy Redan w 2008 i 2007 roku.

	2008		2007		zmiana 2008/2007
	wartość	struktura	wartość	struktura	
Przepływy pieniężne netto z działalności:					
operacyjnej	20 314	-554%	1 815	-53%	1019%
inwestycyjnej	1 075	-29%	-3 703	108%	129%
finansowej	-25 055	683%	-1 538	45%	-1529%
Przepływy pieniężne netto razem	-3 666		-3 426		

W 2008r. uzyskano dodatnie przepływy z działalności operacyjnej. Było to efektem przede wszystkim uzyskania dodatniego wyniku finansowego, amortyzacji oraz wykorzystania tarczy podatkowej. Dodatni wynik z działalności inwestycyjnej jest pochodną wpływów ze sprzedaży nieruchomości położonej przy ul. Żniwnej w Łodzi (wpływy w kwocie 9,8 mln zł) i, z drugiej strony, wydatków poniesionych na rozwój sieci detalicznych (8,7 mln zł.). Ujemne przepływy z działalności finansowej wynikają przede wszystkim ze spłaty zobowiązań kredytowych w kwocie 18,9 mln zł, a także z zapłaty odsetek i rat leasingowych.

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Spółki z Grupy Kapitałowej REDAN na bieżąco regulują wszystkie swoje zobowiązania zarówno publiczno-prawne, jak też wobec instytucji finansowych oraz pracowników.

Tabela nr 7. Analiza wskaźnikowa wyników Grupy Redan w 2008 i 2007 roku.

Analiza wskaźnikowa	2008	2007
Rentowność sprzedaży	48%	44%
Rentowność działalności operacyjnej	4%	-3%
Rentowność netto	2%	-4%
Rentowność aktywów ogółem	3%	-6%
Rentowność kapitału własnego	7%	-14%
Wskaźnik bieżącej płynności	1,51	1,84
Wskaźnik płynności szybkiej	0,58	0,82
Cykl rotacji zapasów (w dniach)	169	156

Cykl rotacji należności (w dniach)	31	34
Cykl rotacji zobowiązań z tytułu dostaw i usług (w dniach)	127	92
Cykl operacyjny (w dniach)	200	190
Cykl konwersji gotówki (w dniach)	73	98
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	0,57	0,58
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	1,34	1,45
Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi	0,42	0,40

Zasady wyliczania wskaźników:

- wskaźniki rentowności – stosunek odpowiednich wielkości zysku ze sprzedaży, zysku operacyjnego oraz zysku netto za dany okres do przychodów ze sprzedaży netto;
- wskaźnik rentowności aktywów (ROA) – zysk netto/stan aktywów na koniec danego roku;
- wskaźnik rentowności kapitału własnego (ROE) – zysk netto/stan kapitałów własnych na koniec danego roku.
- wskaźnik bieżącej płynności – stosunek stanu majątku obrotowego do sumy stanu zobowiązań bieżących na koniec danego okresu; obrazuje zdolność firmy do regulowania bieżących zobowiązań przy wykorzystaniu aktywów bieżących;
- wskaźnik szybkiej płynności – stosunek stanu majątku obrotowego pomniejszonego o zapasy do stanu zobowiązań bieżących na koniec okresu; obrazuje zdolność zgromadzenia w krótkim czasie środków pieniężnych na pokrycie zobowiązań.
- cykl rotacji zapasów – stosunek stanu zapasów na koniec danego okresu do ze kosztu własnego sprzedanych towarów za dany okres, pomnożony przez liczbę dni w okresie;
- cykl rotacji należności – stosunek stanu należności na koniec danego okresu do przychodów ze sprzedaży netto za dany okres, pomnożony przez liczbę dni w okresie;
- cykl rotacji zobowiązań z tytułu dostaw i usług – stosunek stanu zobowiązań bieżących na koniec danego okresu do kosztów sprzedanych produktów, towarów i materiałów w danym okresie, pomnożony przez liczbę dni w okresie;
- cykl operacyjny - suma cyklu rotacji zapasów i cyklu rotacji należności;
- cykl konwersji gotówki – różnica pomiędzy cyklem operacyjnym a cyklem rotacji zobowiązań z tytułu dostaw i usług.
- wskaźnik ogólnego zadłużenia – stosunek zobowiązań krótko i długoterminowych do aktywów ogółem; obrazuje udział zewnętrznych źródeł finansowania działalności Spółki;
- wskaźnik zadłużenia kapitału własnego – stosunek zobowiązań ogółem do kapitałów własnych;
- wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi – stosunek kapitałów własnych do aktywów ogółem; przedstawia udział środków własnych w finansowaniu działalności;

W 2008r. w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego wyraźnie zauważalne są tendencje poprawy funkcjonowania Grupy Kapitałowej REDAN. Istotnie wzrosły wszystkie wskaźniki rentowności.

Nieznacznie obniżyły się wskaźniki płynności. Z jednej strony jest to wynikiem zwiększenia wartości zapasów wskutek (i) wzrostu sieci sprzedaży oraz liczby modeli w kolekcjach (ii) wzrostu wartości towarów w drodze 18,7 mln (wartość o 13,4 mln zł. wyższa niż na koniec 2007r), wynikająca z szybszego zamówienia towarów na wiosnę/lato 2009 r. oraz zmiany kursu PLN/USD (21,6% wzrostu na przestrzeni 2008 roku), zaś obniżenia stanu inwestycji krótkoterminowych. Z drugiej strony nastąpił wzrost zobowiązań bieżących z tytułu dostaw towarów (głównie z uwagi na wzrost zobowiązań odpowiadający wartości towarów w drodze), przy jednoczesnym spadku poziomu zobowiązań z tytułu kredytów i pożyczek. Wskaźniki te mają jednak wartości bezpieczne.

Skróceniu uległ cykl rotacji należności. Poprawiły się cykle operacyjny i konwersji gotówki. Cykl rotacji zapasów wydłużył się wskutek wzrostu poziomu zapasów (vide wartość towarów w drodze opisana powyżej).

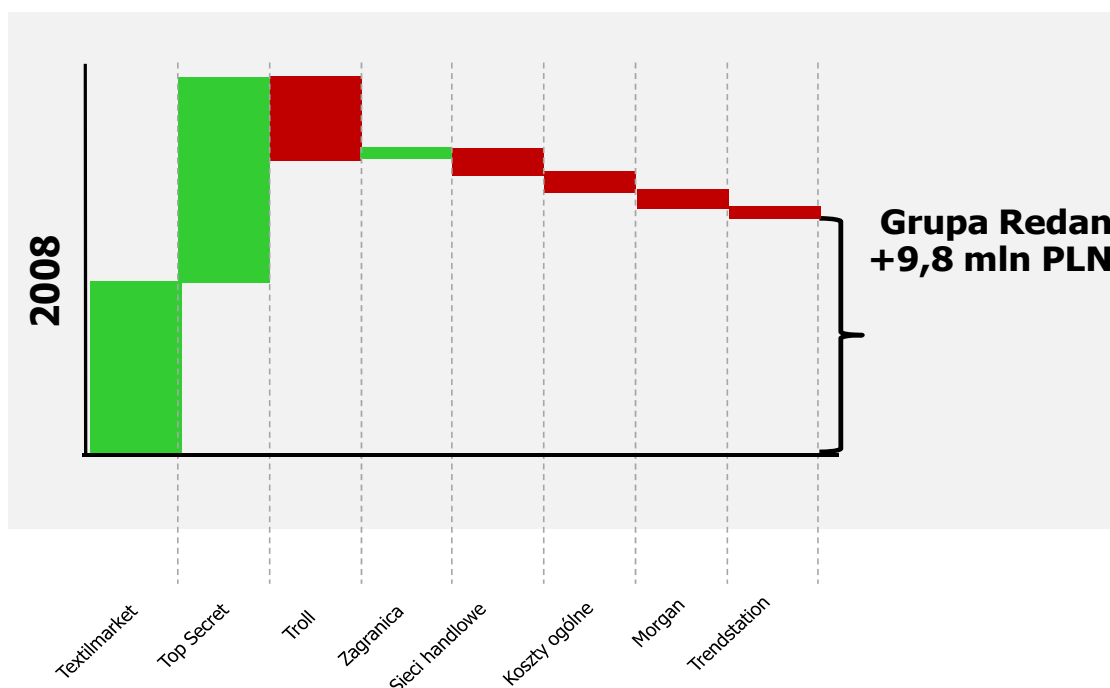
Na nieznacznie niższym, bezpiecznym poziomie pozostał wskaźnik ogólnego zadłużenia. W wyniku spłaty zobowiązań kredytowych ale zamianie ich zobowiązaniami handlowymi nieznacznej zmianie uległa struktura finansowania działalności Grupy Kapitałowej Redan.

3. Podział wyniku Grupy Redan za 2008 r. na kanały dystrybucji (marki)

W 2008r. Grupa Kapitałowa Redan osiągnęła 9,8 mln zł zysku na sprzedaży. Stanowi to bardzo istotny wzrost w porównaniu do 2007 r. i świadczy o jakości i wielkości pracy włożonej w poprawę funkcjonowania Grupy. W 2007 r. Grupa poniosła stratę ze sprzedaży w wysokości 4,9 mln zł. Poniżej przedstawiony został podział zysku ze sprzedaży wg kanałów dystrybucji za 2008r.

Wykres nr 3. Podział zysku na sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan wg kanałów dystrybucji.

Zysk na sprzedaży



legenda: kolor zielony oznacza zysk ze sprzedaży, kolor czerwony stratę.

W tabeli na następnej stronie przedstawiono wyniki osiągnięte przez poszczególne kanały dystrybucji (marki) Grupy Kapitałowej Redan w 2008 r.

Tabela nr 8. Podział rachunku zysków i strat Grupy Redan w 2008 r. na kanały dystrybucji (marki) (w tys. zł.)

	Textil- market	Top Secret	Troll	Działalność zagraniczna	Morgan	Sieci handlowe	Trend- station	Koszty zarządu i działalność pozaoper.	Grupa Redan
Sprzedaż	121 795	98 257	44 492	11 470	3 409	19 461	1 674	621	301 179
Zysk brutto na sprzedaży	45 684	61 411	26 794	6 313	1 674	3 379	207	470	145 933
<i>Marża brutto</i>	37,5%	62,5%	60,2%	55,0%	49,1%	17,4%	12,4%	75,6%	48,5%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	36 992	53 015	29 919	6 293	2 532	4 736	1 132	1 515	136 134
Zysk na sprzedaży	8 692	8 397	-3 126	20	-859	-1 356	-924	-1 045	9 798
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	7,1%	8,5%	-7,0%	0,2%	-25,2%	-7,0%	-55,2%	-168,2%	3,3%
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych	-468	-357	-792	-1 749	-38	41	-236	5 972	2 373
Zysk operacyjny	8 224	8 040	-3 917	-1 729	-897	-1 316	-1 160	4 926	12 172
<i>Marża EBIT</i>	6,8%	8,2%	-8,8%	-15,1%	-26,3%	-6,8%	-69,3%	792,8%	4,0%
Saldo przychodów i kosztów finansowych	185	-23	-515	-3	0	0	0	-3 848	-4 204
Zysk brutto	8 409	8 017	-4 432	-1 732	-897	-1 316	-1 160	1 078	7 968
<i>Rentowność brutto</i>	6,9%	8,2%	-10,0%	-15,1%	-26,3%	-6,8%	-69,3%	173,5%	2,6%

Dane o poszczególnych kanałach dystrybucji obejmują:

- 1) Textilmarket – wyniki Adesso SKA prowadzącej sieć sklepów Textilmarket;
- 2) Top Secret – sprzedaż i marża w sklepach tej marki w Polsce, koszty utrzymania tych sklepów, pełne koszty projektowania, zakupu, marketingu i logistyki związanej z tą marką w Polsce;
- 3) Troll – sprzedaż i marża w sklepach tej marki w Polsce, koszty utrzymania tych sklepów, pełne koszty projektowania, zakupu, marketingu i logistyki związanej z tą marką w Polsce;
- 4) Działalność zagraniczna – wyniki spółek zagranicznych oraz sprzedaż i marża zrealizowana przez Redan SA na sprzedaży do odbiorców zagranicznych;
- 5) Morgan - sprzedaż i marża w sklepach tej marki w Polsce, koszty utrzymania tych sklepów, pełne koszty zakupu, marketingu i logistyki związanej z tą marką;
- 6) Sieci handlowe – sprzedaż i marża zrealizowane przez Redan SA do odbiorców innych niż spółki zależne i odbiorcy zagraniczni, w tym także wyprzedaż towarów z poprzednich sezonów oraz pełne koszty tej działalności zakupu, sprzedaży i logistyki; w marży sieci handlowych jest również uwzględniona strata na wyprzedaży towarów z poprzednich sezonów Redan SA poprzez sieć Textilmarket;
- 7) Trendstation - sprzedaż i marża na towarach tej marki poza sprzedażą w sklepach Trolla (uwzględnione w marce Troll), pełne koszty projektowania, sprzedaży i logistyki związanej z tą marką.
- 8) Koszty zarządu i działalność pozaoperacyjna – koszty zarządu Redan SA oraz zdarzeń nie związanych z podstawowym obszarem działalności Grupy Redan, czyli sprzedażą odzieży.

Ponieważ zdarzenia związane z poszczególnymi kanałami dystrybucji mogą występować w różnych spółkach z Grupy Redan, dlatego odpowiednie dane o sprzedaży, marży i kosztach zostały przedstawione zgodnie z zasadami konsolidacji sprawozdań finansowych. Koszty działań scentralizowanych dotyczących różnych kanałów (np. rozwój sieci sklepów, IT, HR, biuro w Chinach, logistyka itp.) zostały podzielone na poszczególne kanały w zależności od przyjętych kluczy podziałowych, tak aby najlepiej odpowiadały wykorzystaniu tych usług przez poszczególne kanały.

Wynik sieci Textilmarket

Tabela nr 9. Wybrane pozycje rachunku zysków i strat sieci Textilmarket w 2008 i 2007 roku.

	[tys. PLN]	2008	2007	zmiana %	zmiana Δ
Sprzedaż		121 795	103 586	18%	
Zysk brutto na sprzedaży		45 684	37 441	22%	
<i>Marża brutto</i>		37,5%	36,1%		1,4%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu		36 992	31 913	16%	
Zysk na sprzedaży		8 692	5 528	57%	
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>		7,1%	5,3%		1,8%
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych		-468	-501	7%	
Zysk operacyjny		8 224	5 027	64%	
<i>Marża EBIT</i>		6,8%	4,9%		1,9%
Saldo przychodów i kosztów finansowych		185	-163	213%	
Zysk brutto		8 409	4 864	73%	
<i>Rentowność brutto</i>		6,9%	4,7%		2,2%

W 2008 r. sieć Textilmarket zwiększyła zysk brutto o prawie 75%. Decydujący wpływ na taki wynik miał wzrost wolumenu marży (+22%) zdecydowanie szybszy niż wzrost kosztów bieżących (+16%). Źródłem wzrostu marży są prowadzone zmiany w zakresie struktury asortymentowej towarów oferowanych klientom oraz praca nad wzrostem efektywności sklepów poprzez zmiany w sposobie zarządzania oraz prezentacji towarów.

**75% wzrost
zysku brutto**

W tabeli poniżej przedstawiono wyniki sklepów porównywalnych Textilmarket (działających zarówno przez cały 2007 jak i 2008 r.) w 2008 r.

**30% wzrost wyniku
na sklepach
porównywalnych**

Tabela nr 10. Wyniki sklepów porównywalnych Textilmarket w roku 2008 i 2007.

	2008	2007	Δ	Δ %
sprzedaż	110 147	95 288	14 859	15,6%
marża	41 198	35 110	6 088	17,3%
koszty bezpośrednie sklepów	23 186	21 309	1 877	8,8%
wynik na sprzedaży	18 012	13 801	4 211	30,5%

Wynik marki Top Secret

Tabela nr 11. Wybrane pozycje rachunku zysków i strat marki Top Secret w 2008 i 2007 roku.

	[tys. PLN]	2008	2007	zmiana %	zmiana Δ
Sprzedaż		98 257	77 210	27%	
Zysk brutto na sprzedaży		61 411	43 450	41%	
<i>Marża brutto</i>		62,5%	56,3%		6,2%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu		53 015	44 026	20%	
Zysk na sprzedaży		8 397	-577	1556%	
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>		8,5%	-0,7%		9,3%
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych		-357	-1 014	65%	
Zysk operacyjny		8 040	-1 591	605%	
<i>Marża EBIT</i>		8,2%	-2,1%		10,2%
Saldo przychodów i kosztów finansowych		-23	-7	-224%	
Zysk brutto		8 017	-1 598	602%	
<i>Rentowność brutto</i>		8,2%	-2,1%		10,2%

W 2008 r. marka Top Secret uzyskała zysk na sprzedaży w wysokości 8,4 mln zł w porównaniu do straty na tym poziomie w wysokości 0,6 mln zł w 2007 r. Oznacza to, że marka Top Secret istotnie i trwale, przekroczyła próg rentowności. Podstawowym źródłem tego wyniku – tak samo jak w sieci Textilmarket – jest znacznie szybszy wzrost wolumenu marży (o 41%) niż wzrostu kosztów (o 20%). Tak znaczny wzrost marży – przy relatywnie niewielkim wzroście sieci sklepów – wynika, ze zdecydowanej poprawy jakości oferowanych produktów oraz lepszym dopasowaniu do oczekiwań klientów. W ocenie zarządu, podstawowym jednak źródłem sukcesu jest opracowana w 2006 roku strategia marki, która przez ostatnie dwa lata była skutecznie wdrażana w życie.

**zysk na sprzedaży
o 9 mln zł lepszy**

W tabeli poniżej przedstawiono wyniki sklepów porównywalnych Top Secret (działających zarówno przez cały 2007 jak i 2008 r.) w 2008 r.

**podwojenie wyniku
na sklepach
porównywalnych**

Tabela nr 12. Wynik sklepów porównywalnych Top Secret w roku 2008 i 2007.

	2008	2007	Δ	Δ %
sprzedaż	80 491	69 874	10 617	15,2%
marża	47 099	35 210	11 888	33,8%
koszty bezpośrednie sklepów	28 750	26 354	2 396	9,09%
wynik na sprzedaży	18 349	8 857	9 492	107,2%

Wynik marki Troll

Tabela nr 13. Wybrane pozycje rachunku zysków i strat marki Troll w 2008 i 2007 roku.

	[tys. PLN]	2008	2007	zmiana %	zmiana Δ
Sprzedaż		44 492	38 331	16%	
Zysk brutto na sprzedaży		26 794	22 365	20%	
<i>Marża brutto</i>		60,2%	58,3%		1,9%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu		29 919	25 461	18%	
Zysk na sprzedaży		-3 126	-3 095	-1%	
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>		-7,0%	-8,1%		1,0%
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych		-792	-433	-83%	
Zysk operacyjny		-3 917	-3 529	-11%	
<i>Marża EBIT</i>		-8,8%	-9,2%		0,4%
Saldo przychodów i kosztów finansowych		-515	-101	-408%	
Zysk brutto		-4 432	-3 630	-22%	
<i>Rentowność brutto</i>		-10,0%	-9,5%		-0,5%

Marka Troll przechodziła przez kolejne etapy restrukturyzacji. W 2008 r. poniesiona na niej strata była porównywalna do straty w roku poprzednim. Podstawowy wpływ miały na to:

1) zamknięte sklepy własne

W 2008 r. zamknięto 8 sklepów. Zostały one zlikwidowane ponieważ były nierentowne, a jednocześnie, przeprowadzona analiza zmian zwyczajów zakupowych klientów wskazywała, iż ze względu na swoje lokalizacje nie rokują, że mogą odzyskać rentowność w przyszłości.

Łącznie na tych sklepach marka Troll poniosła w 2008 r. stratę na sprzedaży w wysokości 0,6 mln zł. Dodatkowo, zamknięcia sklepów przed upływem terminu umowy najmu spowodowały odpisanie nakładów na adaptację lokali. W 2008 r. straty z tego tytułu wyniosły 0,8 mln zł.

1,4 mln zł straty na zamkniętych sklepach własnych

2) porównywalne sklepy własne

W tabeli poniżej przedstawiono wyniki własnych sklepów porównywalnych Troll (działających zarówno przez cały 2007 jak i 2008 r.) w 2008 r.

24% wzrost zysku na Sklepach porównywalnych

Tabela nr 14. Wynik własnych sklepów porównywalnych Troll w roku 2008 i 2007.

	2008	2007	Δ	Δ %
sprzedaż	28 801	29 276	-476	-1,6%
marża	16 429	15 342	1 087	7,1%
koszty bezpośrednie sklepów	13 574	13 041	532	4,1%
wynik na sprzedaży	2 855	2 301	555	24,1%

3) nowe sklepy własne

W 2008 r. zostały otwarte 4 nowe sklepy własne marki Troll. Na przestrzeni całego roku ww. sklepy przyniosły 0,2 mln zł. zysku.

0,2 mln zł zysku na nowych sklepach

4) sklepy franczyzowe

Sprzedaż w cenach detalicznych klientom w sklepach franczyzowych (niezależnie od tego, w jakiej formule klient franczyzowy działał w 2007 roku, nowej – w której towar w sklepie stanowi własność spółki Troll Makret, czy starej – w której franczyzobiorca kupował go i sprzedawał na własny rachunek) w 2008 r. wzrosła o 34% w porównaniu z poprzednim rokiem.

W 2008 roku cała sprzedaż była już realizowana przez spółkę Troll Market. Spowodowało to bardzo znaczący wzrost marży handlowej, w wyniku przejęcia marży detalicznej. Wzrosły jednak również koszty bieżące o prowizję płacone franczyzobiorcom (jako procent od wartości sprzedaży w ich sklepach).

W 2007 r. prowadzona była również sprzedaż hurtowa do franczyzobiorców działających na starych zasadach. W 2008 roku taka sprzedaż już nie występowała.

**34% wzrost sprzedaży
w sklepach
franczyzowych**

5) koszty działania centrali

W 2008 r. zaczęły być widoczne efekty restrukturyzacji, polegającej na przeniesieniu tej marki z Gdyni do Łodzi i połączeniu wielu operacji z marką Top Secret. Ograniczone zostały koszty sklepów logistyki i administracji o 22%. W związku z pracami nad rozwojem marki i poprawą zarządzania sklepami zostały zwiększone koszty działów produktu, marketingu oraz operacyjnego, łącznie o 23%. Podjęte działania spowodowały, że koszty centrali łącznie wzrosły o 5% w porównaniu do 2007r.

Poziom kosztów centrali, biorąc pod uwagę skalę działania marki Troll, w sposób istotny przyczynia się do jej ujemnego wyniku.

6) saldo przychodów i kosztów finansowych

Przyrost salda przychodów i kosztów finansowych w 2008 roku wynika z utworzonego zgodnie z zasadami rachunkowości przyjętymi w Grupie Kapitałowej Redan odpisu aktualizującego wartość firmy Troll w wysokości 425 tys. zł. Pozostałą część stanowią, podobnie jak w 2007 roku koszty odsetek od kredytów i leasingu.

W latach 2007-2008 w ocenie zarządu w marce Troll poczynionych zostało szereg działań restrukturyzacyjnych, które w okresie dobrej koniunktury gospodarczej przyczyniłyby się do odzyskania rentowności w średnim horyzoncie czasowym. Jednakże zagrożenie spadkiem popytu w segmencie rynku, w którym działa ta marka, powoduje, że niezbędna jest zmiana strategii jej dalszego działania. W 2009 r. nastąpią zmiany w zakresie dystrybucji tej marki polegające na eliminacji sklepów własnych, które w wyniku spadku popytu nie mają szansy na osiągnięcie rentowności. Z drugiej strony marka Troll będzie dystrybuowana poprzez sklepy multibrandowych oraz rozwijaną sieć sklepów franczyzowych. Koszty centrali tej marki zostaną ograniczone do takiego poziomu, który pozwoli na osiągnięcie progu rentowności.

Wynik działalności zagranicznej

Tabela nr 15. Wybrane pozycje rachunku zysków i strat działalności zagranicznej w 2008 i 2007 roku.

	[tys. PLN]	2008	2007	zmiana %	zmiana Δ
Sprzedaż		11 470	9 053	27%	
Zysk brutto na sprzedaży		6 313	4 615	37%	
<i>Marża brutto</i>		55,0%	51,0%		4,1%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu		6 293	5 825	8%	
Zysk na sprzedaży		20	-1 210	102%	
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>		0,2%	-13,4%		13,5%
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych		-1 749	-813	-115%	
Zysk operacyjny		-1 729	-2 023	15%	
<i>Marża EBIT</i>		-15,1%	-22,4%		7,3%
Saldo przychodów i kosztów finansowych		-3	-89	97%	
Zysk brutto		-1 732	-2 112	18%	
<i>Rentowność brutto</i>		-15,1%	-23,3%		8,2%

W 2008 r. na poziomie wyniku na sprzedaży działalność zagraniczna po raz pierwszy osiągnęła zysk. Jest to rezultatem znacznego zwiększenia wolumenu marży (o 37%) przy nieznacznym wzroście kosztów bieżących (o 8%).

Źródłem wzrostu sprzedaży, a tym samym marży, jest rozwój prowadzonej działalności. Na koniec 2008 r. działało poza granicami Polski łącznie 10 sklepów własnych oraz 10 sklepów franczyzowych w porównaniu do 11 sklepów własnych i 3 franczyzowych na koniec 2007 r. W przeciągu tego roku restrukturyzacji poddana została sieć sklepów własnych. W konsekwencji, 5 sklepów zostało zamkniętych a 3 nowe otwarte. W jednym sklepie została zmieniona marka z Troll na Top Secret.

Wzrost wolumenu marży handlowej został osiągnięty w 2008 r., pomimo przeprowadzenia głębokiej wyprzedaży towarów z poprzednich sezonów w okresie luty-marzec 2008.

Pozostałe koszty operacyjne w 2008 r. obciążały straty poniesione na zamykanych sklepach własnych w wysokości 0,5 mln zł oraz odpisy aktualizujące wartość należności.

Zysk na sprzedaży

Wynik marki Morgan

Tabela nr 16. Wybrane pozycje rachunku zysków i strat marki Morgan w 2008 i 2007 roku.

	[tys. PLN]	2008	2007	zmiana %	zmiana Δ
Sprzedaż		3 409	3 478	-2%	
Zysk brutto na sprzedaży		1 674	1 626	3%	
<i>Marża brutto</i>		<i>49,1%</i>	<i>46,8%</i>		<i>2,3%</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu		2 532	2 177	16%	
Zysk na sprzedaży		-859	-551	-56%	
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>		<i>-25,2%</i>	<i>-15,8%</i>		<i>-9,3%</i>
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych		-38	16	-343%	
Zysk operacyjny		-897	-536	-67%	
<i>Marża EBIT</i>		<i>-26,3%</i>	<i>-15,4%</i>		<i>-10,9%</i>
Saldo przychodów i kosztów finansowych		0	0	-	
Zysk brutto		-897	-536	-67%	
<i>Rentowność brutto</i>		<i>2,6%</i>	<i>-4,6%</i>		<i>7,2%</i>

W 2008 r. nastąpiło dalsze pogłębienie straty generowanej przez markę Morgan. Decydujący wpływ miał na to spadek sprzedaży i marży.

Grupa Redan, jako franczyzobiorca firmy Morgan we Francji, prowadzi jedynie sprzedaż detaliczną tej marki w Polsce. Nie ma wpływu na proces kreowania produktu i oferty dla klientów. Ten element zaś istotnie pogorszył się na przełomie ostatnich 2-3 sezonów. Morgan Francja przechodzi problemy wewnętrzne i poszukuje nowej strategii dla tej marki. Skutkiem ww. trudności było otwarcie przez Morgan Francja w grudniu 2008r. postępowania układowego, mającego na celu restrukturyzację zobowiązań i znalezienie alternatywnych źródeł finansowania. Negatywne procesy w spółce franczyzodawcy odbiły się również na wynikach sprzedażowych sklepów w Polsce.

**pogłębienie straty
wynikające
z pogorszenia
produktu**

Otrzymane dostawy towarów Morgan na sezon jesień/zima 2008 r. – pomimo, że wyglądały relatywnie bardziej atrakcyjnie w trakcie kontraktacji – nie spowodowały oczekiwanego wzrostu sprzedaży we wrześniu i październiku 2008 r. W związku z tym zarząd Redan podjął decyzję o likwidacji tej działalności. Obecnie trwają rozmowy z podmiotami zainteresowanymi bądź to przejęciem dystrybucji tej marki w Polsce bądź przejęciem sklepów. Jeżeli nie zakończy się to sukcesem, sklepy zostaną zamknięte. Celem tych działań jest zamknięcie dystrybucji marki Morgan do połowy 2009 r.

**decyzja o zaprzestaniu
dystrybucji marki
Morgan**

Wynik sprzedaży do sieci handlowych

Tabela nr 17. Wybrane pozycje rachunku zysków i strat sprzedaży do sieci handlowych w I połowie 2008 i 2007 roku

	[tys. PLN]	2008	2007	zmiana %	zmiana Δ
Sprzedaż		19 461	21 787	-11%	
Zysk brutto na sprzedaży		3 379	1 527	121%	
<i>Marża brutto</i>		17,4%	7,0%		10,4%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu		4 736	6 062	-22%	
Zysk na sprzedaży		-1 356	-4 535	70%	
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>		-7,0%	-20,8%		13,8%
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych		41	611	-93%	
Zysk operacyjny		-1 316	-3 923	66%	
<i>Marża EBIT</i>		-6,8%	-18,0%		11,2%
Saldo przychodów i kosztów finansowych		0	0	-	
Zysk brutto		-1 316	-3 923	66%	
<i>Rentowność brutto</i>		-6,8%	-18,0%		11,2%

W 2008 r. wynik na sprzedaży do sieci handlowych poprawił się o 3,2 mln zł w porównaniu do 2007 r. Wpływ na to miała zarówno zmiana struktury sprzedaży jak też zmiana realizowanej marży w ujęciu kwotowym i procentowym. W 2007 r. 25% stanowiła wyprzedaż towarów z poprzednich sezonów. Na tej sprzedaży Redan ponosił średnią stratę 32% (bez uwzględnienia zmian poziomu odpisów aktualizujących wartość towarów). W 2008 r. sprzedaż takich towarów stanowiła 13% przychodów działu sieci handlowych. Spadek udziału sprzedaży towarów z poprzednich sezonów wynika z praktycznie zakończenia tego procesu. Poza tym, dodatkowym czynnikiem wpływającym na wynik tego kanału dystrybucji było zwiększenie stopy marży handlowej realizowanej na dostawach towarów z regularnych sezonów, sprowadzanych na zamówienie.

Ponadto, w wynikach działu sieci handlowych widać rezultaty jeszcze jednego procesu, a mianowicie koncentracji na obsłudze klientów gwarantujących odpowiednio duże zamówienia. Spowodowało to zmniejszenie sprzedaży, ale jednocześnie kosztów bieżących. Dodatkowo, Redan nie zamawia towarów od dostawców do momentu, gdy nie ma zamówienia od odbiorcy na ten towar. To ograniczenie wprowadzone od połowy 2007 r. niewątpliwie również spowodowało zmniejszenie poziomu sprzedaży. Jego zadaniem jest jednak ograniczenie – praktycznie do zera – ryzyka pozostania z niesprzedanym towarem po zakończeniu sezonu.

**wzrost zysku na
sprzedaży
o 3,2 mln zł
w wyniku zmniejszenia
wyprzedaży stoków**

Wynik marki Trendstation

Tabela nr 18. Wybrane pozycje rachunku zysków i strat marki Trendstation w I połowie 2008 i 2007 roku

	[tys. PLN]	2008	2007	zmiana %	zmiana Δ
Sprzedaż		1 674	3 046	-45%	
Zysk brutto na sprzedaży		207	972	-79%	
<i>Marża brutto</i>		12,4%	31,9%		-19,5%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu		1 132	1 467	-23%	
Zysk na sprzedaży		-924	-495	-87%	
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>		-55,2%	-16,2%		-39,0%
Saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych		-236	-366	36%	
Zysk operacyjny		-1 160	-860	-35%	
<i>Marża EBIT</i>		-69,3%	-28,2%		-41,0%
Saldo przychodów i kosztów finansowych		0	0	-	
Zysk brutto		-1 160	-860	-35%	
<i>Rentowność brutto</i>		-69,3%	-28,2%		-41,0%

Marka Trendstation oferowała bawełnianą kolorową bieliznę dla młodych kobiet oraz akcesoria. Dystrybucja odbywała się poprzez sieć specjalnych stojaków.

W związku z problemami rozliczeniowymi (towar był sprzedawany z prawem zwrotu) z podmiotami prowadzącymi sprzedaż oraz trudnościami w skutecznej wyprzedaży towarów z poprzednich kolekcji marka ta jest na etapie likwidacji – rozliczeń z kontrahentami i windykacji należności. Zostanie on zakończony do połowy 2009 r.

4. Założenia strategii i przewidywany rozwój Grupy Kapitałowej Redan

Założenia strategiczne

Misją Grupy Kapitałowej Redan jest kreowanie i sprzedaż modnych, wygodnych i dobrych jakościowo ubrań codziennego użytku za atrakcyjną cenę, zaspakajających potrzeby szerokiego i różnorodnego kręgu klientów o średnim poziomie zamożności.

Strategia Grupy Kapitałowej Redan zakłada z jednej strony koncentrację działalności – zamiarem Spółki jest działalność wyłącznie w zakresie projektowania, marketingu i dystrybucji marek odzieży codziennego użytku – a z drugiej strony dywersyfikacja oferty w tym segmencie rynku, poprzez zaoferowanie odpowiednio dopasowanych wyrobów do potrzeb różnych grup klientów.

W długim okresie czasu najistotniejszym elementem budowy trwałej przewagi konkurencyjnej jest zrównoważony wzrost kontrolowanych sieci sprzedaży detalicznej oraz dalsze aktywne promowanie własnych marek odzieżowych. W 2009 r. wobec nasilających się oznak spowolnienia rozwoju gospodarczego, a być może nawet jego zatrzymania, a tym samym braku wzrostu popytu na odzież, szczególnie w segmencie modowym, strategia Grupy nastawiona jest na redukcję kosztów i nierentownych zakresów działalności oraz rozwój działalności w segmencie dyskontowym.

Grupa Redan prowadzi działalność w dwóch segmentach detalicznego rynku odzieżowego:

- 1) modowym – marki Top Secret oraz Troll
- 2) dyskontowym – sieć Textilmarket.

W pierwszych miesiącach 2009 r. nastąpiło wyraźne rozwarstwienie tendencji obserwowanych w obu tych segmentach.

Na rynku modowym nastąpił spadek wejść klientów do sklepów porównywalnych (w lutym-marcu o ok. 12%), spadek sprzedaży oraz spadek marż zarówno procentowych jak i wartościowych. W ocenie zarządu zaobserwowany spadek wejść klientów do sklepów wynika z prowadzonej „promocji kryzysu”, co powoduje, że wiele osób powstrzymuje się z zakupami, nawet jeżeli posiadane przez nie środki do dyspozycji nie zmniejszyły się. Dodatkowo, w odniesieniu do kolekcji wiosna/lato 2009 r., w wyniku bardzo istotnego osłabienia złotego wobec dolara amerykańskiego (o 41% w okresie od 31.01.2008. do 31.01.2009.), wzrosły ceny sprzedaży. To, w połączeniu ze spadkiem wejść klientów oraz niesprzyjającymi warunkami pogodowymi, spowodowało spadek sprzedaży. Ustalając ceny dla kolekcji wiosna/lato 2009 r. w markach Top Secret i Troll od razu ograniczono marżę procentową w porównaniu z latami poprzednimi. Jednakże niższa od zakładanej sprzedaż spowodowała konieczność prowadzenia promocji cenowych. Spowodowało to dalsze zmniejszenie się marży procentowej. Częściowo te negatywne tendencje w sprzedaży zostały odwrócone w kwietniu br.

Z drugiej strony, osłabienie złotego wobec euro spowodowało wzrost kosztów utrzymania sklepów w galeriach handlowych. Wystąpił zatem efekt nożyc z dwóch stron ograniczających wyniki uzyskiwane na sklepach własnych (spadek marży i wzrost kosztów). W tej sytuacji uwidoczniły się pozytywne efekty sieci franczyzowej. Dla Grupy Redan koszty prowizji franczyzowych są zmienne wprost proporcjonalnie do poziomu sprzedaży uzyskiwanej w tych sklepach. Dlatego – przeciwnie do kosztów sklepów własnych – wraz ze spadkiem sprzedaży ulegały one zmniejszeniu, a nie rosły. W 2008 r. łącznie w Top Secret i w Trollu 49% sprzedaży było realizowane za pośrednictwem sklepów franczyzowych.

Na rynku dyskontowym wystąpiły dokładnie odwrotne tendencje. W pierwszych czterech miesiącach 2009 r. sprzedaż w sklepach porównywalnych sieci Textilmarket wzrosła o 17%. Dodatkowo marża handlowa zwiększyła się o 0,8 pp (wolumen o 20%). Koszty utrzymania sklepów nieznacznie wzrosły – głównie w wyniku wzrostu wynagrodzeń. Czysze są jednak denominowane w złotych, zatem nie rosną wraz ze zmianami na rynku walutowym.

Segment dyskontowy w 2009 r. jest zatem bardzo istotnym filarem wspierającym Grupę Redan.

Na moment sporządzania niniejszego sprawozdania bardzo trudno zbudować wiarygodny scenariusz rozwoju sytuacji gospodarczej w roku 2009 i latach kolejnych. Opinie są skrajne od wskazujących na to, że w II połowie 2009 r. nastąpi już odbicie i powrót na ścieżkę wzrostu, po zupełnie przeciwnie, wg których dopiero II połowa br. przyniesie realny kryzys.

Zarząd Redan budując scenariusz rozwoju zakłada, że w 2009 r. na rynku nie nastąpi odbicie, lecz sprzedaż będzie mniejsza niż rok temu. Z drugiej strony istnieje duże prawdopodobieństwo, że zmniejszy się również konkurencja. Dlatego zakładamy na ten rok:

- 1) zwiększanie liczby sklepów Textilmarket;
- 2) wycofywanie się ze sklepów własnych Trolla;
- 3) renegocjowanie umów najmu sklepów własnych Top Secret, a w przypadku ich niepowodzenia – wycofywanie się z nich – decyzje te będą podejmowane w zależności od wyników osiągniętych przez każdy ze sklepów indywidualnie;

- 4) zwiększanie liczby sklepów franczyzowych zarówno Top Secret jak i Trolla;
- 5) wycofywanie się z nierentownych sklepów własnych w Czechach i na Słowacji oraz sprzedaż pozostałych sklepów franczyzobiorcom, co zakończy się likwidacją spółek w tych krajach;
- 6) rozwój sieci sklepów franczyzowych na rynkach zagranicznych, przede wszystkim na Ukrainie;
- 7) bardzo ścisłą kontrolę relacji jakości do ceny w markach Top Secret i Troll, tak aby dopasować się do zmieniających się potrzeb klientów;
- 8) ostateczne zakończenie likwidacji działalności związanej z Trendstation, jak i Morgan;
- 9) istotne ograniczanie kosztów działalności – zarówno sklepów, jak i central marek.

Czynniki mogące mieć wpływ na funkcjonowanie Grupy Kapitałowej REDAN

Zewnętrzne czynniki istotne dla rozwoju Redan

Tendencje na rynku detalicznej sprzedaży odzieży

Rynek detalicznej dystrybucji odzieży na przestrzeni ostatnich kilku lat podlegał zmianom. Dynamicznie rozwijały się sieci hipermarketów oraz nowoczesne centra handlowe. Równolegle rosła ilość podmiotów dążących do budowy własnych sieci sklepów z markową odzieżą. Wraz z rosnącymi dochodami do dyspozycji klientów spowodowało to dynamiczny wzrost rynku odzieży markowej.

Nadal jednak ponad 40% Polaków dokonuje zakupu odzieży na rynkach i bazarach. Udział ten się zmniejsza, a klienci ci stopniowo zwiększają swoje zakupy w sklepach odzieżowych.

W porównaniu do krajów Europy Zachodniej Polacy nadal wydają na odzież zdecydowanie mniejsze kwoty. Wraz z wzrostem gospodarczym będą rosły ich dochody do dyspozycji, co przełoży się na dalszy wzrost rynku odzieżowego.

Z drugiej strony zwiększa się konkurencja. Wchodzą kolejne znane marki zagraniczne, jak również są tworzone nowe marki odzieżowe.

Jednakże w I kwartale 2009 r. zaobserwowano spadek wejść klientów do sklepów działających w segmencie modowym, co spowodowało spadek sprzedaży. W kolejnych okresach może utrzymać się ta tendencja, albo nawet pogłębić, co będzie mieć negatywny wpływ na wyniki Grupy.

Bariera wejścia na rynek dystrybucji odzieży

W przypadku rynku sprzedaży detalicznej odzieży podstawowymi barierami wejścia są: (i) dostęp do dobrych lokalizacji sklepów, (ii) znajomość marki przez klientów oraz (iii) skala działania (szczególnie istotna przy nowotworzonych markach).

W ostatnich latach dobra koniunktura na rynku detalicznym spowodowała dynamiczny wzrost popytu na lokale w nowoczesnych centrach handlowych. Długie cykle budowy takich obiektów powodują przejściowe ograniczenia w dostępie do najlepszych lokali handlowych. Z każdym kwartałem zwiększa się jednak liczba nowoczesnych obiektów handlowych.

Wykreowanie rozpoznawalnych marek handlowych wymaga czasu i znacznych nakładów na promocję. W tym zakresie przewagę mają znane marki globalne.

Warunki pogodowe

Obiektywnym czynnikiem zewnętrznym wpływającym na funkcjonowanie Redan pozostaną warunki pogodowe. W długim okresie czasu pogoda nie wpływa w zauważalny sposób na rozwój prowadzonej działalności, jednak w krótkim okresie czasu na przestrzeni jednego sezonu, negatywny lub pozytywny rozkład warunków pogodowych może w istotny sposób

wpływać na sprzedaż, a co za tym idzie na generowane marże oraz wartość zapasów. Jest to szczególnie istotne w wypadku towarów sezonowych.

Relacje kursu PLN/USD, PLN/EUR

Redan posiada zobowiązania z tytułu kredytów bankowych i niektórych zakupów w złotych. Większość przychodów uzyskuje w walucie krajowej. Jednocześnie większość zakupów dokonuje w USD.

Dodatkowo znaczna część zawieranych umów najmu lokali sieci detalicznych w galeriach handlowych jest denominowana w euro, co generuje również ryzyko zmian tego kursu wobec złotówki.

Oslabienie się złotego wobec USD może spowodować nie tylko zmniejszenie marży handlowej, ale także zwiększone zapotrzebowanie na środki obrotowe niezbędne dla zakupu towarów.

Ryzyko negatywnych zmian kursów walut jest – przynajmniej częściowego – minimalizowane możliwością przeniesienia negatywnych zmian kursu na nabywców odzieży poprzez zmiany cen.

Przepisy celne i procedury celno-podatkowe

Podstawowe znaczenie dla funkcjonowania Redan mają obowiązujące przepisy i procedury celno-podatkowe. W związku z akcesją Polski do Unii Europejskiej wpływ na sytuację Grupy ma unijna polityka w zakresie ochrony bądź otwierania rynku odzieżowego, a w szczególności ewentualne wprowadzenie nowych środków mających na celu ochronę europejskich producentów.

Wewnętrzne czynniki istotne dla rozwoju Grupy Kapitałowej Redan

Jakość kadry zarządzającej oraz pracowników

Ze względu na charakter prowadzonej działalności, podstawowym czynnikiem decydującym o powodzeniu podejmowanych przez Redan przedsięwzięć jest poziom kwalifikacji, doświadczenia oraz zaangażowania pracowników. Jakość ich pracy jest elementem tworzącym wartość dodaną. Działania podejmowane przez Zarząd Spółki mają na celu wykreowanie jak największych pozytywnych więzi emocjonalnych pomiędzy Spółką i jej pracownikami, przy jednoczesnym stworzeniu im możliwości systematycznego rozwoju oraz awansu zawodowego i finansowego, poprzez prowadzenie działań integracyjnych, kreowanie odpowiedniej atmosfery pracy oraz wdrażanie skutecznych systemów motywacyjnych.

Własne marki handlowe

Źródłem długookresowej przewagi konkurencyjnej jest budowa świadomości własnych marek towarowych. Jest to również bariera ograniczająca możliwość dostępu nowych konkurentów do rynku. Redan opracował i prowadzi spójną politykę marketingową dla poszczególnych marek handlowych.

Atrakcyjność wzornictwa, jakość wyrobów oraz szerokość oferty

Dzięki posiadaniu szerokiej kompleksowej oferty asortymentowej w powiązaniu z jakością i ceną adekwatną do oczekiwań poszczególnych segmentów docelowych klientów, Redan jest w stanie zaspokoić potrzeby szerokiego grona klientów. Jest to niewątpliwie czynnik, który pozwala na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w stosunku do podmiotów oferujących mniej rozbudowane asortymentowo lub wzorniczo kolekcje ubrań.

Rozbudowa własnych sieci sprzedaży

Własne sieci sprzedaży detalicznej są bardzo istotnym czynnikiem wpływającym na możliwość odniesienia trwałego sukcesu na rynku odzieżowym. Sprawne, dobrze zarządzane, rozbudowane w skali krajowej sieci sklepów pozwalają w pełni kontrolować i zarządzać logistyką zakupów i dostaw oraz umożliwiają efektywną skuteczną politykę marketingową dla marek odzieżowych. Dodatkowo pozwalają na kontrolę przepływów finansowych i pełne bezpieczeństwo prowadzonych transakcji. Jednocześnie, sieci detaliczne umożliwiają popularyzację własnych marek handlowych oraz pozwalają na bezpośrednie dotarcie do finalnych nabywców.

Źródła finansowania działalności operacyjnej

Grupa Redan, jak każda firma handlowa, opiera swą działalność gospodarczą, poza środkami własnymi, na zewnętrznych źródłach finansowania.

Od II połowy 2008 r. na rynku finansowym nastąpił kryzys, co spowodowało istotne utrudnienie w dostępie do kredytów bankowych. Osłabienie kursu złotego wobec USD spowodowało zwiększone zapotrzebowanie Grupy Redan na finansowanie zakupów nowej kolekcji. Obecnie jest one finansowane zwiększonymi zobowiązaniami wobec dostawców. Istnieje jednak ryzyko, że kredyty kupieckie mogą zostać zmniejszone, co może spowodować problemy z finansowaniem zakupu towarów.

Dodatkowo, Redan w ramach porozumienia z bankami w sprawie restrukturyzacji kredytów jest zobowiązany do spłaty całości zadłużenia w kwocie 31,2 mln zł (w tym limity na produkty pozabilansowe: gwarancje bankowe oraz akredytywy) wg stanu na 1 kwietnia 2009 r. w rosnących kwartalnych ratach do 30 czerwca 2010 r. Spłaty rat w 2010 r. w obecnej sytuacji rynkowej nie będą możliwe bez pozyskania kapitału zewnętrznego.

5. Informacje dodatkowe

Odbiorcy

W 2008 roku sprzedaż detaliczna stanowiła 93% przychodów. Poza tym nie nastąpiły znaczące zmiany w gronie odbiorców. Grupa Kapitałowa REDAN współpracowała z największymi sieciami hipermarketów (Biedronka, Carrefour, Real, Plus Discount, Auchan, E. Leclerc, Muszkieterowie i in.) oraz sklepów dyskontowych.

W opinii Zarządu Grupa Kapitałowa REDAN nie jest uzależniona od żadnego z odbiorców.

Dostawcy

W 2008r. przede wszystkim w związku z dużym wzrostem udziału sprzedaży sieci Textilmarket wzrósł udział zakupów dokonanych w Polsce. W kraju były również lokowane zamówienia dla innych marek Grupy Kapitałowej REDAN, jednakże w tym zakresie – podobnie jak w 2007r. – nadal dominowały Chiny oraz Indie. Ponadto Grupa dokonała zakupów w Turcji, Korei Południowej oraz w Hong-Kongu.

Liczba dostawców Grupy Kapitałowej REDAN systematycznie wzrasta na skutek powiększania oferty asortymentowej i wzorniczej oraz rozwijania portfela marek skierowanych do zróżnicowanych grup odbiorców. Grupa Kapitałowa REDAN posiada ugruntowane doświadczenie pozwalające na lokowanie produkcji u producentów oferujących relację jakości i ceny właściwą dla grup docelowych poszczególnych marek.

W opinii Zarządu Grupa Kapitałowa REDAN nie jest uzależniona od żadnego z dostawców.

Sprzedaż i najem nieruchomości

W dniu 28 marca 2008 roku dokonano transakcji sprzedaży nieruchomości położonej w Łodzi przy ul. Żniwnej 10/14. Redan SA sprzedał tę nieruchomość spółce Loger sp. z o.o., której głównym udziałowcem jest Pani Piengjai Wiśniewska, akcjonariusz Redan SA posiadający akcje uprawniające do 4,06% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki, a zarazem ówczynie dyrektor ds. kontaktu z dostawcami, a obecnie członek Rady Nadzorczej. Nieruchomość została sprzedana za kwotę 11 milionów złotych netto. Cała należność została uregulowana. Strony zawarły zarazem umowę najmu na okres dziesięciu lat od dnia 1 kwietnia 2008 r. do dnia 28 lutego 2018 r. powyższej nieruchomości. W dniu podpisania umowy najmu Redan SA jako Najemca złożył wynajmującemu Loger sp. z o.o. kaucję w wysokości 12-krotności miesięcznego czynszu netto (1,5 mln zł), celem zabezpieczenia czynszu oraz zwrotu kosztów za ewentualne szkody powstałe w przedmiocie najmu nie spowodowane jego normalnym użytkowaniem.

Umowy ubezpieczenia

W 2008r. spółki z Grupy Kapitałowej REDAN odnowiły wygasające w tym okresie polisy ubezpieczeniowe obejmujące:

- ubezpieczenie środków obrotowych:
od ognia i innych zdarzeń losowych,
od kradzieży z włamaniem i rabunku,
w transporcie lądowym,
w transporcie morskim;
- ubezpieczenie środków trwałych:
od ognia i innych zdarzeń losowych,
od kradzieży z włamaniem i rabunku,
floty samochodowej w zakresie OC, AC oraz NW;
- ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej.

Umowy ubezpieczenia są zawierane na 1 rok i regularnie odnawiane przed terminem ich upływu po uwzględnieniu zmian w wartości ubezpieczanego majątku.

Spółka nie posiada informacji o umowach, których stroną są akcjonariusze Redan SA, a które mogłyby mieć znaczący wpływ na działalność Grupy.

Spółki z Grupy Redan nie zawarły w 2008 znaczących umów współpracy ani kooperacji.

Informacje o zaciągniętych kredytach, umowach pożyczek i udzielonych poręczeniach i gwarancjach

Kredyty zaciągnięte przez Spółki Grupy Redan

Na dzień 31 grudnia 2008 r. Redan i Troll Market sp. z o.o. były stronami umów kredytowych opisanych w Nocie nr 5 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Kredyty i pożyczki udzielone przez Spółki Grupy Redan

Na dzień 31 grudnia 2008 roku Redan SA udzielił spółkom Grupy Kapitałowej pożyczek na łączną kwotę 2090 tys. zł. Spółka Top Secret sp. z o.o. udzieliła pożyczek na kwotę 130 tys. zł.

Szczegółowe dane zostały zamieszczone w Informacji Dodatkowej do Sprawozdania Finansowego Grupy Kapitałowej Redan za 2008 rok.

Udzielone poręczenia i gwarancje

Wartość i struktura udzielonych poręczeń i gwarancji 2008 w Grupie Kapitałowej Redan zostały opisane szczegółowo w Informacji Dodatkowej do Sprawozdania Finansowego Grupy Kapitałowej Redan.

Emisje papierów wartościowych

W okresie objętym sprawozdaniem Emitent nie dokonywał emisji, wykupu lub spłaty dłużnych i kapitałowych papierów wartościowych.

Transakcje z podmiotami powiązanymi

Charakter transakcji z podmiotami opisują szczegółowo tabele umieszczone w Informacji Dodatkowej do sprawozdania finansowego. Łącznie w roku 2008 spółki dokonały transakcji sprzedaży towarów handlowych na łączną kwotę 63 505 tys. zł i usług na kwotę 36 984 tys. zł.

Transakcje z podmiotami powiązanymi wykraczające poza bieżącą działalność, których wartość przekraczała 500.000 EUR.

W II kwartale 2008 roku Redan SA udzielił pożyczki spółce zależnej Adesso SA w wysokości 9,0 mln PLN. Pożyczka została spłacona do końca 2008 roku.

Ponadto Redan SA otrzymał od Adesso SA dywidendę w wysokości 13.3 mln PLN.

Objaśnienia dotyczące sezonowości lub cykliczności działalności emitenta w prezentowanym okresie

Przy sprzedaży detalicznej odzieży regułą jest, że po zakończeniu sezonu są miesiące wyprzedażowe charakteryzujące się relatywnie niską marżą (wyprzedaże przypadają na I i III kwartał roku) i w związku z tym wyższą sprzedażą, lecz słabszym wynikiem. Najlepszym kwartałem jest IV kwartał, gdzie zgodnie z ogólnymi tendencjami gospodarki – sprzedaż detaliczna jest zawsze na najwyższym poziomie w skali roku przy relatywnie wysokiej marży.

Dywidenda

W 2008r. Emitent nie wypłacił ani nie deklarował wypłaty dywidendy.

W sprawozdaniu skonsolidowanym z przepływu środków pieniężnych pokazana jest wypłata dywidendy w wysokości 34 tys. PLN, która stanowi wypłatę dywidendy dla akcjonariuszy mniejszościowych spółki zależnej „Adesso Sp. z o.o.” SKA.

Zdarzenia po dniu bilansowym

Istotne zdarzenia po dniu bilansowym zostały opisane w informacji dodatkowej do sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Redan.

Organizacja Grupy Redan

Skład i zadania Spółek z Grupy Redan

Redan SA wraz z podmiotami zależnymi tworzy Grupę Kapitałową, w której najbardziej istotne znaczenie mają spółki:

- 1) **Redan SA** zajmujący się w zakresie sprzedaży: projektowaniem, importem, marketingiem i dystrybucją marek skierowanych do sieci hipermarketów i sklepów dyskontowych (głównie TH Inspiration i Top Hit oraz private labels). Jednocześnie w grupie kapitałowej, Redan pełni funkcję podmiotu finansującego oraz generalnego

Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej REDAN za 2008r.

importera, sprowadzając towary dla spółek Top Secret, Troll Market oraz częściowo dla Adesso.

- 2) **Top Secret Sp. z o.o., Troll Market Sp. z o.o. i Adesso sp. z o.o. S.K.A.** prowadzące odpowiednio sieci sklepów detalicznych: Top Secret, Troll i Textilmarket. Spółki Top Secret oraz Troll Market prowadzą we własnym zakresie projektowanie towarów pod swoimi markami. Adesso oraz Troll Market (tylko dla marki Trendstation i tylko do końca 2008 r.) prowadzą logistykę we własnym zakresie (poza importem). Dla marek Top Secret i Troll logistyka na dzień sporządzenia niniejszego dokumentu jest prowadzona przez Redan SA.
- 3) **Redan s.r.o., Euroredan s.r.o. oraz Alfa-Reda-Ukraina i Beta-Reda-Ukraina** są to spółki zagraniczne, za pomocą których jest realizowana sprzedaż na rynkach krajów ich działania, tzn. na Słowacji, w Czechach i na Ukrainie. Spółki te prowadzą obecnie przede wszystkim sklepy marki Top Secret.
- 4) **Spółki sklepowe** mają znaczenie techniczne, tzn. przedmiotem ich działalności jest prowadzenie sklepów detalicznych dla marek z Grupy Redan.

Na następnej stronie przedstawiono strukturę funkcjonalną Grupy Kapitałowej Redan na 31 grudnia 2008 r.

Zmiany zakresu działania poszczególnych Spółek z Grupy Redan

W I kwartale 2008r. do spółki Redan Centrum Finansowe sp. z o.o., zajmującej się obsługą prawno-administracyjno-finansową Grupy przeniesione zostały zespoły operacyjne sieci Top Secret i Troll. Utworzony został jeden Dział operacyjny, zajmujący się w sposób kompleksowy obsługą sieci Troll i Top Secret. Ponadto, od wiosny 2008 w ramach Redan Centrum Finansowe sp. z o.o. działa Dział rozwoju sieci sklepów zajmujący się wyszukiwaniem lokalizacji dla wszystkich sieci Grupy (również dla sieci Textilmarket).

Poza tym nie nastąpiły istotne zmiany w zakresie organizacji ani zarządzania Grupą Kapitałową Redan.

Zmiany w strukturze Grupy Kapitałowej Redan

W czerwcu 2008 roku Adesso SA została przekształcona w „Adesso Sp. z o.o.” Spółka Komandytowo-Akcyjna. W wyniku nieobjęcia akcji w przekształcanej spółce przez część akcjonariuszy mniejszościowych udział Redan SA w „Adesso Sp. z o.o.” SKA wzrósł o 0,21%, a tym samym Redan SA posiada 99,92% akcji tej spółki, a GK Redan 99,96%.

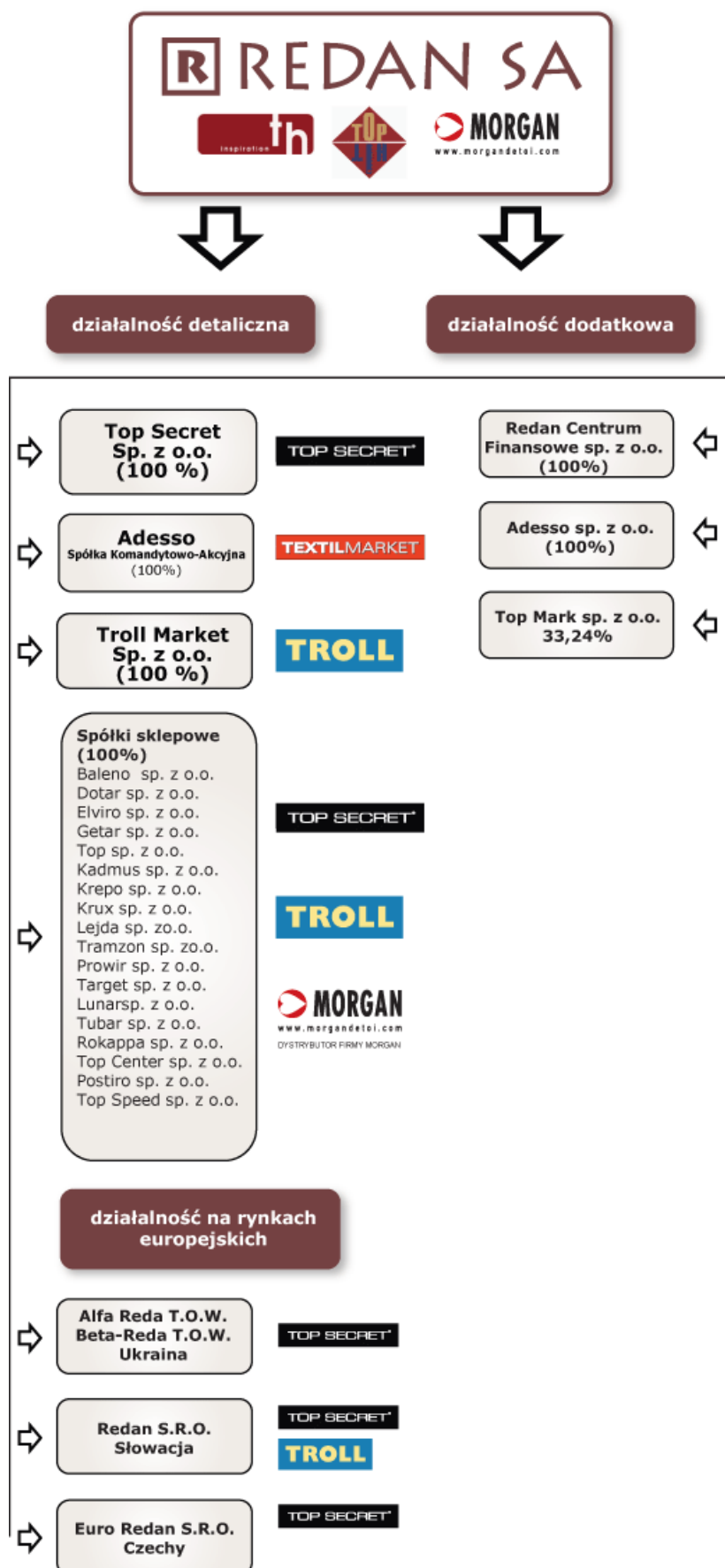
W II kwartale 2008r. Redan SA sprzedał 100% udziałów w spółce „Adesso sp. z o.o.” spółce zależnej Troll Market sp. z o.o. „Adesso sp. z o.o.” jest komplementariuszem w „Adesso sp. z o.o.” SKA.

W 2008r. nie dokonano innych – poza opisanymi powyżej - zmian w podstawowych zasadach zarządzania Grupą Redan.

Zatrudnienie

Dane dotyczące zatrudnienia w 2008 w Grupie Kapitałowej Redan zostały opisane szczegółowo w Informacji Dodatkowej do Sprawozdania Finansowego Grupy Kapitałowej Redan.

**przekształcenie
Adesso SA w spółkę
komandytowo-
akcyjną**



Organy zarządzające i nadzorujące

Stan posiadania akcji Redan SA oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Redan SA przez członków Zarządu

Poniższa tabela przedstawia liczbę akcji Redan będących w posiadaniu członków zarządu na dzień bilansowy.

Tabela nr 19. Liczba oraz wartość nominalna akcji Redan posiadanych przez członków zarządu

<i>Stan na 31/12/2008</i>	<i>Liczba akcji</i>	<i>Łączna wartość nominalna akcji (w zł)</i>
Piotr Kulawiński	212 220	212 220
Bogusz Kruszyński	186 020	186 020
Robert Kozielski	0	0

Do dnia sporządzenia sprawozdania finansowego nie wystąpiły zmiany w tym zakresie. Żaden z członków Zarządu Redan SA nie posiada udziałów ani akcji podmiotów powiązanych z Redan SA.

Stan posiadania akcji Redan SA oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Redan SA przez członków Rady Nadzorczej

Poniższa tabela przedstawia liczbę akcji Redan będących w posiadaniu członków rady nadzorczej na dzień bilansowy.

Tabela nr 20. Liczba akcji Redan posiadanych przez członków rady nadzorczej

<i>Stan na 31/12/2008</i>	<i>Liczba akcji</i>	<i>Łączna wartość nominalna akcji (w zł)</i>
Piengjai Wiśniewska	1 056 240	1 056 240
Włodzimierz Łozicki	0	0
Jacek Jaśkiewicz	3 500	3 500
Tomasz Świeboda	0	0
Tomasz Wnuk-Pel	0	0
Radosław Wiśniewski	13 232 300	13 232 300

Do dnia sporządzenia sprawozdania finansowego nie wystąpiły zmiany w tym zakresie.

Zgodnie z najlepszą wiedzą Spółki członkowie Rady Nadzorczej nie posiadają akcji lub udziałów w podmiotach powiązanych z REDAN SA podlegających konsolidacji.

Stan posiadania akcji własnych przez Redan SA, jednostki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej oraz osoby działające w ich imieniu

Akcje Redan SA nie są w posiadaniu Redan SA, jednostek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej oraz osób działających w ich imieniu.

Zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących emitenta w okresie objętym sprawozdaniem

Na dzień 31 grudnia 2008r. Zarząd REDAN SA działał w następującym składzie:

1. Piotr Kulawiński – Prezes Zarządu
2. Bogusz Kruszyński – Wiceprezes Zarządu
3. Robert Kozielski - Wiceprezes Zarządu

Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej REDAN za 2008r.

Zmiany w Zarządzie i Radzie Nadzorczej Redan SA

W dniu 7 sierpnia 2008 roku Robert Kozielski złożył pisemną rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej Redan, skuteczną z dniem 31 sierpnia 2008 roku. Przyczyną rezygnacji z pełnionej funkcji było otrzymanie przez Roberta Kozielskiego propozycji powołania do zarządu Redan SA na stanowisko Wiceprezesa Zarządu. Rada Nadzorcza Spółki na posiedzeniu w dniu 7 sierpnia 2008 roku podjęła uchwałę w przedmiocie powołania z dniem 1 września 2008 roku Roberta Kozielskiego na Wiceprezesa Zarządu Redan SA.

W dniu 10 kwietnia 2009 roku Robert Kozielski złożył pisemną rezygnację z pełnienia funkcji Wiceprezesa Zarządu Redan SA.

W dniu 3 listopada 2008 roku odbyło się Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy na którym została przyjęta rezygnacja Agnieszki Karpińskiej ze stanowiska członka Rady Nadzorczej. Jednocześnie na członków Rady Nadzorczej zostali powołani Piengjai Wiśniewska i Jacek Jaśkiewicz.

Na dzień 31 grudnia 2008r. Rada Nadzorcza spółki działała w składzie:

1. Włodzimierz Łozicki- Przewodniczący Rady Nadzorczej
2. Radosław Wiśniewski - Sekretarz Rady Nadzorczej
3. Tomasz Świeboda- Członek Rady Nadzorczej
4. Tomasz Wnuk-Pel - Członek Rady Nadzorczej
5. Jacek Jaśkiewicz- Członek Rady Nadzorczej
6. Piengjai Wiśniewska- Członek Rady Nadzorczej

Umowy między Spółką a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska

Warunki powołania członków zarządu Redan w przypadku odwołania ich z zajmowanych stanowisk lub nie powołania do zarządu kolejnej kadencji określają, że przysługuje im wtedy odprawa w wysokości sześciomiesięcznego wynagrodzenia. Poza tym Redan nie zawarł z żadną z osób zarządzających umowy przewidującej rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia emitenta przez przejęcie.

Wynagrodzenia, nagrody, korzyści osób zarządzających i nadzorujących

Wynagrodzenia członków zarządu Redan za rok 2008:

- Piotr Kulawiński – Prezes Zarządu – 306,0 tys. zł. w Redan oraz 27,6 tys. zł. w spółkach zależnych.
- Bogusz Kruszyński –Wiceprezes Zarządu - 276,0 tys. zł. w Redan oraz 18,0 tys. zł. w spółkach zależnych, a ponadto 30,0 tys. zł. z tytułu doradztwa w spółce zależnej przez AMF Doradztwo Marketingowe i Finansowe Joanna i Bogusz Kruszyńscy s.c.
- Robert Kozielski – Wiceprezes Zarządu (od 01.09.2008) – 92,0 tys. zł. oraz 4,01 tys. zł. z tytułu doradztwa w spółkach zależnych - firma Questus Robert Kozielski, ponadto wynagrodzenie z tyt. pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorcze (do 31.08.08) – 16,0 tys. zł.

Wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej Redan SA za rok 2008:

- Włodzimierz Łozicki – 30 tys. PLN (+ zwrot kosztów przejazdów 2.0 tys. PLN)
- Radosław Wiśniewski – 24 tys. PLN oraz 10,8 tys. PLN w spółkach zależnych,
- Agnieszka Karpińska (od 03.11.08) – 25,25 tys. PLN (+ zwrot kosztów przejazdów 1.9 tys. PLN)
- Tomasz Wnuk-Pel – 24 tys. PLN

Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej REDAN za 2008r.

- Tomasz Świeboda - 24 tys. PLN
- Jacek Jaśkiewicz (od 03.11.08) – 4,8 tys. PLN
- Piengjai Wiśniewska (od 03.11.08) – 3,9 tys. PLN oraz dodatkowo z tyt. stosunku pracy w Redan SA (do 02.11.2008) – 106,7 tys. PLN.

Poza wyżej wymienionymi wynagrodzeniami Zarząd i Rada Nadzorcza Redan nie otrzymali innych dodatkowych nagród lub korzyści.

Akcjonariusze

Tabela nr 21. Wykaz akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% akcji Redan SA

<i>Stan na 31 12 2008</i>	<i>liczba akcji</i>	<i>% kapitału akcyjnego</i>	<i>liczba głosów</i>	<i>% głosów na WZA</i>
Radosław Wiśniewski	13 232 300	63,20%	17 937 100	69,18%
Piengjai Wiśniewska wraz z podmiotem zależnym Ores Sp. z o.o.	1 056 240	5,04%,	1 056 240	4,06%

Na dzień sporządzenia sprawozdania finansowego zmiany w posiadaniu akcji przez głównych akcjonariuszy nie wystąpiły.

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Redan nie posiada informacji o umowach w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy.

Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.

W Grupie Redan nie funkcjonują obecnie programy akcji pracowniczych.

Informacje o umowach i podmiocie uprawnionym do badania sprawozdań finansowych

W dniu 07 lipca 2008r. Redan zawarł z K.R. Audyt sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie ul. Poselska 7/2 – podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych – umowę o przeprowadzenie przeglądu sprawozdania śródrocznego za pierwsze półrocze 2008 roku i badania sprawozdania finansowego za rok 2008. Badanie sprawozdania finansowego za 2007r. dokonała również K.R. Audyt sp. z o.o. Wynagrodzenie podmiotu uprawnionego do badania przedstawia tabela poniżej.

Tabela nr 22. Wynagrodzenie (należne lub wypłacone) podmiotowi uprawnionemu do badania sprawozdań finansowych (dane w tys. zł)

	Rok obrotowy 2008	Rok obrotowy 2007
Wynagrodzenie (wartość netto) w tym :	63,0	54,0
Badanie rocznego sprawozdania finansowego Redan SA (jednostkowego i skonsolidowanego)	11,0	13,0
Przegląd półrocznego sprawozdania finansowego Redan SA (jednostkowego i skonsolidowanego)	9,0	9,0
Badanie rocznego sprawozdania finansowego Redan Centrum Finansowe sp. z o.o.	3,0	
Badanie rocznego sprawozdania finansowego Troll sp. z o.o.	8,0	7,0
Badanie rocznego sprawozdania finansowego Top Secret sp. z o.o.	8,0	7,0

Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej REDAN za 2008r.

Badanie rocznego sprawozdania finansowego Adesso SKA	13,0	10,0
Badanie sprawozdania finansowego na dzień przekształcenia formy prawnej Adesso SKA	3,0	
Badanie rocznego sprawozdania finansowego Top Mark sp. z o.o.	8,0	8,0
Usługi doradztwa podatkowego	0,0	0,0
Pozostałe usługi	0,0	0,0

Informacje o postępowaniach sądowych

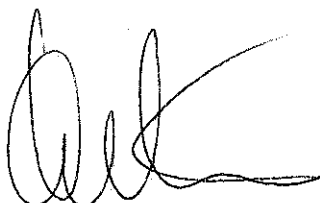
Na dzień 30 kwietnia 2009r. Grupa Kapitałowa REDAN nie była stroną postępowań przed sądem lub innym organem o zobowiązania lub wierzytelności o łącznej wartości co najmniej 10% kapitałów własnych.

6. Oświadczenie Zarządu

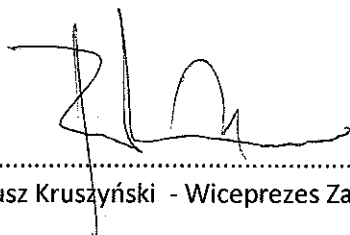
Zarząd oświadcza, że wedle ich najlepszej wiedzy skonsolidowane sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy Kapitałowej Redan oraz jej wyniki finansowe oraz że sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Redan zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

Zarząd oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący przeglądu półrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz że podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący tego przeglądu spełniali warunki do wydania bezstronnego i niezależnego raportu z przeglądu, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Łódź, 30 kwietnia 2009r.



.....
Piotr Kulawiński – Prezes Zarządu



.....
Bogusz Kruszyński - Wiceprezes Zarządu