Informacja prasowa

Warszawa, 29 kwietnia 2021 r.

**TXM poprawiło wyniki pomimo pandemii**

**Spółka TXM, zarządzająca siecią sklepów dyskontowych, opublikowała sprawozdanie finansowe za 2020 roku. W tym okresie wynik na sprzedaży uległ poprawie o blisko 25 mln zł w ujęciu r./r. Wypracowana została dodatnia EBITDA, a co szczególnie istotne utrzymano płynność finansową.**

TXM w 2020 roku osiągnęło obroty w wysokości 138,7 mln zł, czyli o 38% niższe niż rok wcześniej, przy jednoczesnym spadku wolumenu marży handlowej o 24% oraz redukcji kosztów o 35%. Sytuacja w poszczególnych kanałach dystrybucji była jednak odmienna. Sprzedaż w sklepach stacjonarnych spadła (z powodu lockdownu i zmniejszenia powierzchni sieci) łącznie o 39%. Z kolei obroty w kanale e-commerce wzrosły o 36% do 7,9 mln zł.

*„Wyniki minionego roku zostały zdeterminowane przez trwającą pandemię koronawirusa SARS-CoV-2. Po pierwszym szoku związanym z wprowadzonym lockdownem musieliśmy podjąć szereg działań dostosowujących do nowej rzeczywistości, jak również stabilizujących płynność spółki w horyzoncie krótko-, średnio- i długoterminowym”* - powiedział Marcin Łużniak, Wiceprezes TXM S.A.

„*Należy dodać, że w pierwszych miesiącach minionego roku trwały wytężone przygotowania do nowego otwarcia, czyli do wdrożenia w sposób dosłowny słów „TXM – zmieniamy się dla Ciebie, ciesz się modą i okazją”. W marcu 2020 roku do sprzedaży miała wejść nasza pierwsza oferta przygotowana według nowo wypracowanej strategii. Miała zostać wprowadzona nowa komunikacja z Klientami i zapewnione dostawy towarów w systemie „just in time”. W rezultacie czego liczyliśmy na długo oczekiwany wzrost sprzedaży. Jednak został napisany inny scenariusz” –* podkreśliłaAgnieszka Smarzyńska,Wiceprezes TXM S.A

W ramach wdrażanej strategii zmodyfikowane zostałopodejście do oferowanego asortymentu. Został on podzielony na kategorie liderów (mające przyciągać klientów do sklepów i zachęcać ich do powrotu) oraz kategorie wspierające, mające budować koszyk klientów już odwiedzających sklep. Poprawiona została ekspozycja towarów oraz estetyka sklepów. Zmieniony został sposób komunikacji z konsumentem w sklepie, szczególnie w zakresie cen, promocji oraz oferty „gazetkowej”.

*„Pomimo spadków sprzedaży ewidentnym potwierdzeniem efektów działań w obszarze asortymentu był wzrost marży o 7 punktów procentowych, czyli o ponad 22%. Na nowo opracowane zostały też działania optymalizujące koszty w szczególności w obszarze najmu sieci sprzedaży, magazynu i biur oraz wynagrodzeń. Udało nam się ograniczyć wydatki stałe o 35%, czyli proporcjonalnie do spadku sprzedaży (38%)”* - dodała Agnieszka Smarzyńska*.*

*„Efekty zmian w produkcie oraz podjętych działań dostosowujących do nowej sytuacji należy ocenić pozytywnie. Wynik na sprzedaż uległ poprawie o prawie 25 mln zł w ujęciu r./r. Wypracowana została dodatnia EBITDA, a co jeszcze istotniejsze utrzymaliśmy płynność finansową, bez żadnej pomocy ze strony państwa. Uzyskany wzrost marży w ujęciu procentowym potwierdza, że**fundament TXM, którym jest strategia produktowo-asortymentowa, jest efektywna i słuszna”* – dodał Marcin Łużniak.

Ważnym aspektem sytuacji TXM w 2020 roku było zakończenie z sukcesem postępowania restrukturyzacyjnego. W konsekwencji zawarcia układu ponad 70 mln zł zobowiązań uległo konwersji na kapitał, a kolejne 15 mln zł zostało warunkowo umorzone. Tym samym proces restrukturyzacji w oparciu o przyspieszone postępowanie restrukturyzacyjne wszedł w nowy etap - wykonania układu.

*„Na kolejne okresy patrzymy z umiarkowanym optymizmem. Liczymy, że z początkiem maja br. zostaną w pełnym zakresie otwarte galerie handlowe, a w kolejnych miesiącach spodziewamy się dalszego luzowania obostrzeń epidemiologicznych”* – podkreśliła Agnieszka Smarzyńska.

W kwietniu br. Zarząd TXM złożył wniosek o wsparcie w ramach Tarczy dla Dużych Firm realizowanej przez PFR o wartości 14,1 mln zł. TXM, jako spółka w restrukturyzacji, w 2020 roku nie otrzymała żadnej bezzwrotnej pomocy, tym samym byłoby to jedyne wsparcie. Fakt zakończenia postępowania układowego dopełnił ostatnią formalną przesłankę uczestnictwa w programie pomocowym. *„Spełniamy wszystkie kryteria programowe i liczymy na pozytywne rozstrzygnięcie. Środki te planowalibyśmy wykorzystać do uzupełnienia majątku obrotowego, który ucierpiał w miesiącach pandemicznych”* – tłumaczy Marcin Łużniak.

\*\*\*

**TXM S.A. – informacje o spółce**

TXM S.A. jest właścicielem sklepów dyskontowych TXM zlokalizowanych na terenie całego kraju. Prowadzi także sprzedaż internetową przez e-sklep [www.txm.pl](http://www.txm.pl). Sklepy TXM oferują swoim klientom szeroką gamę odzieży oraz dekoracji i artykułów z kategorii „home”, w dobrej jakości i w konkurencyjnych cenach. TXM S.A. (wcześniej Adesso S.A.) działa na rynku od 1989 r., od samego początku swojego istnienia działa w branży tekstylnej. TXM S.A. od grudnia 2016 r. jest spółką publiczną, notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Więcej informacji [www.txmsa.pl](http://www.txmsa.pl).

Dodatkowych informacji udziela:

Anna Siwek

Tauber Promotion

asiwek@tauber.com.pl

+48 664 926 910