

15 maja 2009 r.

Grupa Gino Rossi: wyniki za I kwartał 2009 r.

Informacja prasowa

Grupa Gino Rossi zanotowała w I kwartale 2009 roku przychody ze sprzedaży w wysokości 43,1 mln zł, czyli o blisko 20 proc. mniej niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. Spadek obrotów handlowych wynika z ograniczenia mniej dochodowej sprzedaży hurtowej. W związku z obniżeniem marż handlowych, a także wzrostem kosztów prowadzenia działalności na skutek m.in. spadku wartości złotówki, Grupa zakończyła I kwartał 2009 roku stratą w wysokości 7 mln zł.

Gino Rossi wdraża obecnie program restrukturyzacyjny, którego głównym celem jest podniesienie efektywności działalności Grupy, przede wszystkim poprzez obniżenie kosztów, w tym eliminację nierentownych obszarów. W kwietniu bieżącego roku zarządy spółek zależnych Lugano oraz Cosimo Martinelli złożyły wnioski o upadłość. W związku z tym wyniki spółki Lugano nie zostały objęte konsolidacją w sprawozdaniu za I kwartał 2009 roku. Dla celów porównawczych wyniki I kwartału 2008 roku zostały również skorygowane o wyniki Lugano.

- Branża, w której działa Grupa Gino Rossi odczuwa skutki kryzysu gospodarczego, dlatego też prowadzimy obecnie działania zmierzające do zwiększenia bezpieczeństwa przepływów pieniężnych. Obejmują one ograniczenie dostaw do odbiorców hurtowych, którzy opóźnili się z zapłatami za dostawy towarów w poprzednim sezonie, likwidację spółek zależnych nie rokujących w najbliższym czasie nadziei na poprawę wyników, zamykanie nierentownych lokalizacji, a także uproszczenie struktury organizacyjnej i zmniejszenie zatrudnienia. Działania te wpływają obecnie na spadek sprzedaży, jednak w naszej ocenie przełożą się na poprawę rentowności w kolejnych okresach – mówi Maciej Fedorowicz, Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej Gino Rossi.

Bardzo dobrą dynamiką przychodów może pochwalić się spółka Simple Creative Products. Jej sprzedaż w pierwszym kwartale 2009 roku wyniosła ponad 13,8 mln zł i była o ponad 22 proc. wyższa niż w tym samym okresie roku poprzedniego.

- Jesteśmy bardzo zadowoleni z obrotów Simple, które opiera się powszechnemu w naszej branży spadkowi sprzedaży. W każdym z trzech pierwszych miesięcy bieżącego roku notowała ona dwucyfrowe tempo wzrostu sprzedaży w ujęciu rok do roku. Szczególnie udany był dla Simple marzec, w którym sprzedaż wzrosła o ponad 30 proc. – dodaje Maciej Fedorowicz.

Dodatkowe informacje:

Monika Simpson

tel.: + 48 604 440 009

e-mail: monika@agencjasupport.pl

Informacje o grupie Gino Rossi:

Gino Rossi zarządza portfelem uznanych na polskim rynku modowym marek: Gino Rossi oraz Simple Creative Products. Wzorem światowych potęg modowych, Gino Rossi tworzy komplementarny portfel silnych brandów. W ofercie Grupy Modowej Gino Rossi znajduje się obuwie damskie i męskie, torebki i akcesoria skórzane oraz odzież damska. Wszystkie produkty charakteryzują się nowoczesnym, wyszukany wzornictwem oraz doskonałą jakością wykonania.

- **Gino Rossi** jest jedną z najlepiej rozpoznawanych i najwyżej ocenianych na polskim rynku marek, która zajmuje pozycję lidera w segmencie obuwia ze średniej i wyższej półki. Sieć sprzedaży obejmuje ponad 100 salonów firmowych w Polsce i za granicą.
- **Simple Creative Products** to czołowa marka na polskim rynku luksusowej odzieży damskiej, oparta na bezpretensjonalnej prostocie, wyrafinowanym, eleganckim i kreatywnym wzornictwie. Sieć sprzedaży liczy obecnie ponad 40 salonów firmowych znajdujących się w najlepszych lokalizacjach, zarówno w kraju, jak i za granicą.

Strategia Grupy Modowej Gino Rossi zakłada dalszy rozwój w oparciu o silne marki sektora modowego, maksymalizację efektywności działania grupy oraz rozbudowę portfela brandów o kolejne atrakcyjne, komplementarne w stosunku do posiadanych marki.