

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU REKMAN SP. Z O.O.

W okresie 01.07.2022 do 30.09.2023 Spółka Rekman kontynuowała swoją podstawową działalność gospodarczą, czyli sprzedaż hurtową zabawek.

Przez kolejny rok finansowy firma sukcesywnie utrzymywała projekt własnej sieci franczyzowej pod logiem „Wyspa Szkrabów”.

Głównym zadaniem Zarządu Spółki była optymalizacja oferty handlowej, szerokości asortymentu, zarządzanie ryzykiem, zarządzanie finansami, zarządzanie operacjami i relacje z klientami i dostawcami.

Zaawansowanie logistyczne w okresie największego popytu pozwoliło na skuteczną sprzedaż do strategicznych klientów, w tym na rynki zagraniczne.

I. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa w Spółce

W opisywanym okresie (01.07.2022-30.09.2023) Spółka osiągnęła przychody na poziomie 155 392 843,98. Obrót osiągnięty w 2022/2023 roku jest wyższy niż w porównywalnym okresie w roku 2021/2022.

Koszty własny sprzedaży w 2022/2023 to 139 156 715,38 odpowiednio w roku 2022/2021 – 108 571 926,93 zł. Zysk ze sprzedaży w badanym okresie wyniósł 2 451 217,87 zł w porównaniu do zysku z roku 2021/2022 wynoszącego 4 318 335,61 zł.

Wynik finansowy zamknął się w badanym okresie stratą netto w kwocie 664 896,39 i jest gorszy w stosunku do poprzedniego roku o 3 830 332,48 złotych

Sytuacja finansowa Spółki jest dobra. Spółka nie posiada żadnych przeterminowanych zobowiązań wobec kontrahentów krajowych i zagranicznych, wobec Skarbu Państwa oraz innych instytucji i nie ma problemów z utrzymaniem płynności finansowej.

II. Przewidywany rozwój Spółki

Rynek zabawek jest bardzo sezonowy. Około 45% sprzedaży zabawek przypada na ostatni kwartał roku kalendarzowego - w tym na sezon „Gwiazdka”- około 30%. W roku 22 najszybciej rozwijającymi się segmentami zabawek były klocki, gry i pojazdy. Trójka głównych firm to Lego, Mattel i MGA oraz marki własne dużych sieci handlowych. Rośnie rynek licencji (zabawek wyprodukowanych na licencji) – szybciej niż pozostała część rynku. Udział licencji to 16,5%. Prym wiedzie firma Lego ze swoimi licencjami (Minecraft, Star Wars).

W roku 2022 sprzedaż wzrosła średnio o 12%, ale ilościowo o 3% Najważniejszy kwartał 2022 roku zamknął się dobrym wynikiem, ale w listopadzie 2022 sprzedaż zabawek mocno wyhamowała i dopiero w grudniu, w tygodniach 49-51, sprzedaż wzrosła nadrobiąc straty.

Rynek tradycyjny zanotował w całym roku nieznaczny wzrost - odrabiając straty z pandemii, natomiast rynek e-commerce urosł wartościowo w 22 o 10% głównie za sprawą wzrostu cen o 9%. Ilościowo urosł tylko 1,2%. Jest to dużo niższa dynamika niż w poprzednim roku (30%).

Rok 2023 przyniósł lekkie wyhamowanie rynku – najświeższe dane na koniec lipca 2023:

Roczna sprzedaż ruchoma wynosi do końca lipca 2023 4,96 Md PLN. Przy współczynniku pokrycia badaniem rynku 65%, co daje roczną sprzedaż zabawek w Polsce na poziomie 7,6 Md PLN

W panelu porównanie od początku roku 2023 vs 2022 cechowało się dynamikami Ytd 23/22:

Wartość sprzedaży (M PLN) 2247 (+6,7%)

Sprzedaż w sztukach (M szt.) 58 (+1,6%)

Średnia cena (PLN) 43,93 (+5%)

Widać wiodącą pozycję Lego i marek własnych wprowadzanych głównie przez duże sieci handlowe. Jednocześnie wiodące światowe marki notują spadki obrotów, powielając scenariusz z zagranicznych rynków.

LEGO +48M PLN (+13%)

Private Label +59M PLN (+37%)

Mattel +2,4M PLN (+1,5%)

Orbico +15M PLN (+28%)

Trefl -2,4M PLN (-3,5%)

Hasbro -8M PLN (-12%)
MGA -24M PLN (-28%)

Zgodnie z prognozami ekspertów, w perspektywie najbliższych miesięcy, jednym z istotnych motorów napędowych branży oraz czynnikiem wspierającym globalny wzrost rynku, będą również postawy oraz decyzje zakupowe podejmowane przez dorosłych, kupujących zabawki przede wszystkim z myślą o sobie. Jest to grupa konsumentów, która odgrywa coraz bardziej znaczącą rolę na światowym rynku, odpowiadając już za ok. 25% rocznej sprzedaży. Charakteryzują się oni dużym sentymentem do określonych marek i zazwyczaj są skłonni wydać na nie więcej pieniędzy, w szczególności na przedmioty kolekcjonerskie oraz produkty przypominających im czasy dzieciństwa. Producenci zabawek coraz częściej tworzą dla nich odrębne linie produktowe, zdając sobie sprawę, jak dynamicznie rośnie grupa dorosłych, którzy nadal chcą się bawić.

W nadchodzącym roku finansowym spółka wyznacza ambitny cel osiągnięcia sprzedaży o około 15% wyższej w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Ten cel opiera się na kilku kluczowych czynnikach, które przewidujemy, że będą wpływać pozytywnie na nasze wyniki.

Po pierwsze, mamy korzystny dostęp do towarów wiodących marek (Lego, Mga, Mattel, Hasbro), co umożliwia nam pewność dostaw i stabilność asortymentu. Ponadto, podpisaliśmy umowy na wyłączność dystrybucji nowych produktów na polskim rynku tradycyjnym (Zuru), co pozwoli nam na lepszą kontrolę i promocję nowych marek. Oprócz tradycyjnych artykułów z branży zabawek sukcesywnie poszerzamy asortyment o artykuły dla dzieci - takie jak wózki, foteliki, akcesoria dziecięce (min.. Lionello) – w najbliższym roku finansowym chcielibyśmy mocno zaistnieć w tej kategorii, co może skutkować wyższym poziomem osiąganych marż ze sprzedaży, a także spowoduje, że oferta Rekmana będzie bardziej kompleksowa.

Realizacja założonych obrotów będzie również rezultatem naszych starannie budowanych relacji z czołowymi światowymi markami, takimi jak Lego, MGA, Spinmaster, Hasbro i Mattel. Nasza współpraca z nimi przyniesie korzyści obu stronom i wzmocni naszą pozycję na rynku.

Mimo niedawnych trudności związanych z zakłóceniem importu zabawek z powodu przerw w działalności chińskich przedsiębiorstw i wybuchu wojny na Ukrainie, jesteśmy gotowi na odwrócenie tej sytuacji i skoncentrowani na zapewnieniu stabilności dostaw przy optymalizowaniu stanów magazynowych. Kolejnym ważnym elementem będzie optymalizacja kosztów operacyjnych, aby utrzymać konkurencyjne ceny. To będzie obejmować optymalizację procesów logistycznych, magazynowania i zarządzania zapasami.

Kolejnym kluczowym elementem naszej strategii jest rozszerzenie współpracy z dużymi sieciami handlowymi. W obrębie zainteresowania są sieci z elektronika użytkową (Media Expert, Media Markt, Neonet). Dzięki temu nasze produkty mogą trafić na jeszcze większą liczbę półek w sklepach stacjonarnych i online i do rąk klientów.

W ramach naszych działań rozwojowych, szczególną uwagę poświęcamy nadzorowi nad platformą B2B, zwłaszcza dla partnerów korzystających z usługi drop-shipping. To ważny krok w generowaniu przychodów i umożliwieniu elastycznej obsługi naszych klientów.

III. Nabycie udziałów spółki

Nie dotyczy.

IV. Oddziały posiadane przez jednostkę

Nie dotyczy.

V. Ważniejsze osiągnięcia w sferze badań i rozwoju

Nie dotyczy.

VI. Istotne czynniki ryzyka związane z działalnością Spółki

Rodzaje ryzyka, na które narażona jest Spółka, związane są z jej otoczeniem (ryzyko wpływu sytuacji makroekonomicznej, ryzyko związane z silną konkurencją, zmiany przepisów prawnych oraz ich interpretacji i stosowania) oraz charakterem prowadzonej działalności (ryzyko kursowe związane z uzależnieniem się od głównych dostawców i odbiorców, ryzyko związane z sezonowością, ryzyko Sprzedaży, ryzyko związane z zapasami i należnościami, z procesem inwestycyjnym, ze strukturą akcjonariatu).

Znaczący wpływ na działalność Spółki ma przede wszystkim sytuacja makroekonomiczna, silna konkurencja rynkowa oraz ryzyko kursowe. Wpływ poszczególnych czynników ryzyka oraz działania Spółki podjęte w celu ich ograniczenia opisane są poniżej.

1. Ryzyko wpływu sytuacji makroekonomicznej na wyniki Spółki

Poziom konsumpcji w gospodarce uzależniony jest od tempa wzrostu gospodarki i postrzegania wielkości teraźniejszych i przyszłych dochodów gospodarstw domowych i zysków przedsiębiorstw.

2. Ryzyko związane z silną konkurencją

Branża zabawkowa w Polsce jest mocno konkurencyjna z uwagi na liczne obecne na tym rynku firmy, sezonowość rynku, wpływ globalnych marek, rozwijający się handel elektroniczny, skomplikowaną sytuację cenową, oraz dynamicznie zmieniające się trendy i regulacje dotyczące bezpieczeństwa zabawek. Dochodzą do tego firmy, które wykorzystują zabawki sezonowo jako element swojej strategii marketingowej- pozyskiwania nowych klientów.

Konkurencja jest zazwyczaj szczególnie zacięta w okresach sezonowych, takich jak Boże Narodzenie, gdzie firmy rywalizują o uwagę konsumentów, co prowadzi do generowania niższych marż ze sprzedaży.

Globalne marki zabawek, takie jak Lego, Hasbro czy Mattel, odgrywają znaczącą rolę na rynku polskim, konkurując o klientów i o miejsce na ekspozycji sklepów. Rozwój handlu elektronicznego i e-commerce to kolejny element szeroko pojętej konkurencji, umożliwiający klientom dostęp do różnorodnych źródeł zabawek. Firmy muszą nieustannie dostosowywać swoją ofertę do zmieniających się trendów i preferencji konsumentów, co wymaga stałej innowacji i zmiany asortymentu. Rygorystyczne regulacje dotyczące bezpieczeństwa zabawek wpływają na konkurencyjność i koszty produkcji w tej branży. Pomimo konkurencji istnieją okazje dla firm, które potrafią wyróżnić się poprzez unikalne produkty, dostarczanie wartości dodanej dla klientów oraz skuteczną strategię marketingową, a także sprawną logistykę.

3. Ryzyko zmiany przepisów prawnych oraz ich interpretacji i stosowania

Zmieniające się przepisy prawa oraz ich różne interpretacje, zwłaszcza w odniesieniu do prawa podatkowego, regulacji dotyczących działalności gospodarczej, prawa pracy, ubezpieczeń społecznych oraz papierów wartościowych, stanowią istotne ryzyko dla Spółki. Szczególnie niepokojące są zmiany interpretacyjne przepisów podatkowych, gdzie brak jednolitości w praktyce organów skarbowych oraz orzecznictwie sądowym w zakresie opodatkowania może wywołać negatywne skutki. Odbiegając od przyjętej przez Spółkę interpretacji prawa podatkowego, organy podatkowe mogą wpłynąć na znaczącą pogorszenie sytuacji finansowej Spółki, co z kolei może negatywnie wpłynąć na jej wyniki finansowe i perspektywy rozwoju. Ryzyko związane z zmianami w otoczeniu prawnym obejmuje również możliwość niekorzystnych decyzji w trwających lub potencjalnych postępowaniach przed sądami lub organami administracyjnymi.

4. Ryzyko zmiany stóp procentowych

Z uwagi na charakterystyczny dla przedsiębiorstw dystrybucyjnych układ cyklu operacyjnego, gdzie czas, który zajmuje upłynnienie zapasów i zainkasowanie należności przekracza dostępne terminy płatności za zobowiązania. Spółka w dużym stopniu musi wspomagać się zewnętrznymi źródłami finansowania. Wzrost stóp bazowych może skutkować dla Spółki spadkiem osiągniętej rentowności.

5. Ryzyko kursowe

Głównymi dostawcami Spółki są polscy dostawcy. Rozliczenia z tymi dostawcami są przeprowadzane w znacznej części w walucie polskiej. W przypadku importu towarów bezpośrednio przez Spółkę kursy są zabezpieczane.

6. Ryzyko związane z uzależnieniem się od głównych dostawców

Rekman sp. z o.o. współpracuje bezpośrednio ze światowymi liderami rynku zabawek. Ryzyko związane z uzależnieniem od głównych dostawców jest związane z ich istotnym udziałem w strukturze zaopatrzenia Spółki. Spółka zaopatruje się u dostawców niepowiązanych kapitałowo. Większość dostaw w spółce pochodzi od kilku największych dostawców – Lego, MGA, Zuru, Mattel. Znacząca zmiana w strukturze większych dostawców mogłaby w krótkim okresie pogorszyć wyniki sprzedaży w poszczególnych grupach produktowych i negatywnie wpłynąć na osiągnięte przez Spółkę wyniki finansowe.

7. Ryzyko związane z uzależnieniem się od Głównych Odbiorców

Spółka posiada zdywersyfikowany portfel odbiorców. Niektórzy z klientów Spółki mogą być jednak zainteresowani skracaniem łańcucha dostaw. Duże sieci detaliczne często zaopatrują się bezpośrednio u producentów z pominięciem dystrybutorów takich jak Rekman sp. z o.o. Część dostawców również stara się ominąć dystrybucję, aby zminimalizować koszty logistyczne. Dla Spółki może to się wiązać z ryzykiem utraty części klientów, co w konsekwencji może negatywnie wpłynąć na poziom sprzedaży i osiągnięte przez Spółkę wyniki finansowe.

8. Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży

Wielkość osiągniętej przez Spółkę sprzedaży – analogicznie jak w przypadku innych podmiotów działających w branży zabawkowej – ulega wahaniom sezonowej zmienności popytu. Jego nasilenie zazwyczaj ma miejsce w drugim i czwartym kwartale roku kalendarzowego, kiedy to sprzedaż może stanowić do 50% wartości całej sprzedaży rocznej. Skutkuje to niemożnością dokładnej oceny sytuacji Spółki i utrudnia estymację wyników za dany rok obrotowy na podstawie wyników kwartalnych.

9. Ryzyko związane z zapasami i należnościami

Wysoki poziom należności Spółki wynika ze specyfiki prowadzonej przez Spółkę działalności handlowej. Spółka prowadzi sprzedaż do swoich odbiorców na podstawie przydzielonego limitu kredytowego wraz z określonym terminem płatności. Każdy limit kredytowy ustalany jest indywidualnie na podstawie posiadanych danych finansowych, uzyskanych zabezpieczeń osobowych i rzeczowych oraz z wykorzystaniem dostępnych na rynku sposobów ustalenia wiarygodności kredytowej. Sytuacja każdego klienta jest monitorowana, a w przypadku wystąpienia jakichkolwiek sygnałów zagrażających spłacie wierzytelności podejmowane są natychmiastowe działania windykacyjne. Mimo monitoringu należności i dobrego systemu oceny wiarygodności kredytowej nie można wykluczyć ryzyka niewypłacalności pojedynczych kontrahentów i ponoszenia przez Spółkę z tego tytułu strat finansowych. W celu istotnego ograniczenia tego ryzyka Spółka zawarła z Atradius Credit Insurance Polska umowę ubezpieczenia wierzytelności. Na jej podstawie wierzytelności Spółki zostały objęte ochroną ubezpieczeniową. Znacznie zmniejsza to ryzyko powstania strat z tytułu niewypłacalności i przewlekłej zwłoki w zapłacie za zakupiony towar.

10. Ryzyko związane ze strukturą finansowania

Spółka korzysta z zewnętrznych źródeł finansowania w postaci kredytów bankowych, głównie krótkoterminowych kredytów obrotowych, których celem jest finansowanie bieżącej działalności Spółki.

11. Ryzyko związane z procesem inwestycyjnym

Spółka nie będzie podejmowała działalności inwestycyjnej.

12. Ryzyko związane ze strukturą udziałowców

AB S.A. posiada 100% udziałów w Rekman sp. z o.o.

13. Ryzyko związane z utratą kluczowych pracowników Spółki

Perspektywy rozwoju Rekman sp. z o.o. w dużej mierze zależą od stabilności zatrudnienia wysoko wykwalifikowanych pracowników i kadry zarządzającej. W przypadku ekspansji Spółki istotna jest również możliwość pozyskania dodatkowych pracowników o odpowiednim poziomie doświadczenia i wiedzy specjalistycznej. Istnieje ryzyko spadku efektywności dystrybucji w przypadku utraty pracowników kluczowych. W takiej sytuacji nie można zapewnić o odpowiednio szybkim pozyskaniu nowych osób o stosownych kwalifikacjach albo może się to wiązać ze znacznymi kosztami.

14. Ryzyko związane z infrastrukturą IT

W dzisiejszym świecie biznesu rośnie poziom skomplikowania środowiska informatycznego. Systemy informatyczne stanowią fundament działalności przedsiębiorstwa, usprawniając zarządzanie, przepływ informacji oraz podnoszą efektywność i konkurencyjność. Prawdopodobieństwo ich funkcjonowania w coraz większym stopniu wpływa na realizację procesów biznesowych, a także rzetelność sprawozdawczości, natomiast brak właściwego działania może przyczynić się do utraty ważnych informacji przedsiębiorstw oraz danych klientów. Służby informatyczne stale rozbudowują infrastrukturę teleinformatyczną oraz monitorują ryzyko i potrafią uruchomić działania mające na celu eliminację zagrożeń w zakresie archiwizacji oraz odtwarzania danych, a także zapewnienia ciągłości działania systemów IT. Wdrożone rozwiązania mają na celu zapewnienie bezpieczeństwa oraz minimalizację ryzyka, jednak możliwe jest wystąpienie zdarzeń losowych (np. długotrwała awaria zasilania o znacznym zasięgu), które krótkoterminowo mogą wpłynąć na realizację obsługi zamówień lub wielkość zrealizowanej sprzedaży

15. Zdarzeniach istotnie wpływających na działalność jednostki, jakie nastąpiły w roku obrotowym, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego

Brak.

Zarząd

Piotr Kurzeja – Prezes Zarządu
Zbigniew Mądry – Wiceprezes Zarządu

.....
(data, podpis)