

Robinson Europe S.A. chce zwiększać rozpoznawalność swoich marek

Robinson Europe S.A., Spółka notowana na rynku NewConnect, zajmująca się sprzedażą sprzętu wędkarskiego, prowadzi intensywne działania mające na celu wzmocnienie wizerunku i rozpoznawalności swoich marek. Emitent pracuje także nad realizacją zamówień pre-orderowych i rozbudową oferty handlowej.

W pierwszym kwartale roku obrotowego 2019/2020 Robinson Europe S.A. miała 314 tys. zł straty netto przy przychodach netto ze sprzedaży w wysokości 2.783 tys. zł. W analogicznym okresie roku obrotowego 2018/2019 Spółka zanotowała stratę netto w kwocie 11 tys. zł, a jej przychody netto ze sprzedaży wyniosły 2.866 tys. zł. Pierwszy kwartał każdego roku obrotowego w branży wędkarstwa jest zazwyczaj trudny do przewidzenia, ale nie ma on większego znaczenia w ogólnym wyniku rocznym. Emitent odczuł w nim rosnące koszty wynagrodzeń, które przełożyły się na wzrost kosztów działalności. Dodatkowo, Robinson Europe S.A. prowadzi nadal rozpoczęte w zeszłym roku inwestycje w bardzo aktywną promocję marki, co w krótkim okresie będzie miało niekorzystny wpływ na poziom kosztów, ale w długim okresie przyniesie pozytywne rezultaty. Zdaniem Zarządu Spółki długoterminowe planowanie działań rozwojowych stanowi najlepszą drogę w kierunku poprawy wyników finansowych.

„Pierwszy kwartał w naszej branży jest zawsze dużą niewiadomą, ale na szczęście nie ma one większego wpływ na wynik w całym roku obrotowym. Prowadzimy cały czas bardzo intensywny program inwestycyjny mające na celu promocję i budowanie wizerunku marek. W tej chwili ponosimy w związku z tym wyższe nakłady inwestycyjne, ale uważam, że wkrótce zwrócą się one z nawiązką. W pierwszym kwartale z uwagi na słabszy popyt towary były także sprzedawane w ubiegłorocznych cenach, co oczywiście miało swoje odzwierciedlenie w niższej rentowności. Patrzymy jednak z dużym optymizmem na kolejne kwartały.” - komentuje Paweł Busz, Członek Zarządu Spółki Robinson Europe S.A.

Spółka realizuje już zamówienia pre-orderowe, a dostawy z pierwszego rzutu przyszły terminowo. Oferta Robinson Europe S.A. spotkała się ze sporym uznaniem Klientów, co potwierdza odpowiedni dobór asortymentu. Emitent bardzo dba o obszar reklamowo-marketingowy i stworzył koncept tzw. „Dni z Robinsonem”, w ramach którego w sklepach wędkarskich organizowane są wydarzenia, podczas których prezentowany jest oferowany sprzęt. Ważnym elementem budowania wizerunku marki jest także stała obecność na branżowych targach i organizacja prezentacji oraz prelekcji. Natomiast drużyny sportowe Spółki odnoszą znaczące sukcesy na arenie krajowej i podnoszą w ten sposób prestiż marki. Zarząd Robinson Europe S.A. uważa, że równomierny rozwój wielu obszarów funkcjonowania Spółki przełoży się na wzrost jej wartości.

„Dążymy do tego, aby osiągnąć w tym roku wzrost obrotów, który umożliwi rekompensatę zwiększenia kosztów działalności i przyczyni się do wypracowania satysfakcjonującego wyniku finansowego. Naszym głównym celem jest wzmocnienie działań marketingowo-reklamowych i budowanie coraz wyższej świadomości naszych marek oraz poprawianie ich wizerunku. W ten sposób powinniśmy zwiększać sprzedaż i utrzymywać dobry poziom marżowości.” - dodaje Paweł Busz.

Robinson Europe S.A. zakończyła rok obrotowy 2018/2019 zyskiem netto na poziomie 456 tys. zł przy przychodach netto ze sprzedaży w wysokości 16.062 tys. zł. Spółka zrealizowała istotne inwestycje w segmencie wędkarstwa, których głównym celem była promocja marki na rynku polskim.

Robinson Europe S.A. to spółka notowana na rynku NewConnect od czerwca 2011 r. Głównym przedmiotem jej działalności jest sprzedaż sprzętu wędkarskiego. Historia przedsiębiorstwa sięga 1991 r., kiedy to obecni Członkowie Zarządu założyli firmę „BIS”, która szybko stała się znaczącym podmiotem w branży wędkarskiej. W 2016 r. na rynku NewConnect zadebiutowała spółka portfelowa Robinson Europe S.A. - Outdoorzy S.A., w której Emitent posiada obecnie akcje stanowiące 49,99% udziału w kapitale zakładowym. Podmiot ten działa w branży e-commerce i zajmuje się sprzedażą wysokiej jakości odzieży outdoorowej oraz sprzętu sportowego za pośrednictwem własnego sklepu internetowego.

Kontakt:

Artur Górski

Robinson Europe S.A. - Relacje Inwestorskie/Media

www.robinsoneuropesa.pl

artur.gorski@robinson.pl

tel. +48 501-215-243