

Outdoorzy S.A. zwiększa sprzedaż i umacnia pozycję rynkową

Outdoorzy S.A., Spółka zajmująca się sprzedażą odzieży oraz sprzętu sportowego za pośrednictwem własnego sklepu internetowego, zakończyła rok obrotowy 2015/2016 zyskiem netto na poziomie 49 tys. zł przy przychodach netto ze sprzedaży sięgających 5.817 tys. zł. Emitent realizuje przyjętą strategię rozwoju i konsekwentnie umacnia swoją pozycję rynkową.

W roku obrotowym 2014/2015 Spółka zanotowała przychody netto ze sprzedaży w kwocie 5.466 tys. zł, więc wynik sprzedażowy wypracowany w roku obrotowym 2015/2016 był lepszy o ponad 6% w ujęciu rdr. Outdoorzy S.A. osiągnęła w roku obrotowym 2015/2016 zysk na poziomie EBITDA w wysokości ponad 155 tys. zł. Wyraźny wzrost sprzedaży był możliwy dzięki pozyskaniu w ub. roku środków z emisji akcji serii C w kwocie 625 tys. zł, co pozwoliło na lepsze zatowarowanie magazynu najpopularniejszymi grupami asortymentowymi oraz na realizowanie większej liczby zamówień dla klientów. Emitent zmienił również swoją siedzibę, przenosząc się do lokalizacji, która jest zdecydowanie lepiej dostosowana do jego potrzeb. Jej ważnym atutem jest również możliwość sprawniejszej realizacji przez Spółkę zamówień internetowych oraz wysyłek do centrów magazynowych amazon.de, z którymi prowadzona jest ścisła współpraca.

„Dostrzegamy wyraźne i bardzo pozytywne efekty związane z pozyskaniem środków z emisji akcji, które przejawiają się przed wszystkim wzrostem naszego zatowarowania i poziomu osiągniętych przychodów. Duże znaczenie dla dalszego utrzymania wzrostu sprzedaży ma także zmiana siedziby, dzięki której jesteśmy wreszcie w stanie skupić się tylko i wyłącznie na celach biznesowych i realizować więcej zamówień. Naszym głównym celem pozostaje nadal zwiększanie zasięgu sklepu oraz poprawianie osiągniętych rentowności.” - komentuje Paweł Miśkiewicz, Członek Zarządu Spółki Outdoorzy S.A.

Spółka realizowała w minionym roku przyjętą strategię rozwoju, w której jeden z głównych celów stanowiło wejście na rynek NewConnect, co udało się osiągnąć w grudniu 2016 r. Outdoorzy S.A. rozwijała także własną markę Totem, wprowadzając do oferty sprzedażowej pod tą marką kubki termiczne oraz kurtki puchowe. Produkty te spotkały się z dużym zainteresowaniem, a poziom sprzedaży spełnił oczekiwania Zarządu Spółki. Obecne działania Emitenta są ukierunkowane na dalszym umacnianiu pozycji rynkowej i zasięgu sklepu internetowego outdoorzy.pl, m.in. poprzez stałe prowadzenie analizy sprzedaży w celu jak najbardziej skutecznego doboru produktów wprowadzanych do oferty. Spółka przygotowuje się również do uruchomienia nowej wersji platformy sprzedażowej, która będzie umożliwiała klientom dokonywanie zakupów w jeszcze łatwiejszy sposób oraz będzie dostosowana do korzystających z urządzeń mobilnych.

„Wejście na rynek NewConnect pozostawało jednym z naszych najważniejszych celów w przyjętej strategii rozwoju, dlatego jesteśmy bardzo zadowoleni, że udało nam się go zrealizować. Obecnie prowadzimy aktywne działania w zakresie rozwijania własnej marki, z którą wiążemy duże nadzieje. Cały czas analizujemy również naszą strukturę sprzedażową, aby dopasowywać ofertę do potrzeb rynkowych. Jesteśmy przekonani, że przyjęte kierunki rozwoju i ich realizacja, pozwolą nam konsekwentnie zwiększać wartość Spółki.” - dodaje Miśkiewicz.

Prowadzone przez Zarząd Spółki działania prorozwojowe przynoszą oczekiwane rezultaty, bowiem w 1 kw. roku obrotowego 2016/2017 przychody netto ze sprzedaży wzrosły o 15% w porównaniu z analogicznym okresem roku obrotowego 2015/2016 i wyniosły 1.460 tys. zł.

Outdoorzy S.A. zadebiutowała na rynku NewConnect w grudniu 2016 r. Głównymi Akcjonariuszami Spółki są ABS Investment S.A. oraz Robinson Europe S.A. Emitent działa w branży e-commerce i prowadzi sklep internetowy - outdoorzy.pl, który pozycjonuje się w pierwszej piątce największych sklepów o profilu outdoorowym. Posiada on w swojej ofercie produkty prawie 250 najlepszych oraz najpopularniejszych marek, co stanowi jego znaczącą przewagę konkurencyjną. Strategia rozwoju Spółki zakłada dalsze zwiększanie zasięgu działalności oraz umacnianie wizerunku marki, co powinno pozwolić na dotarcie do dużej liczby użytkowników i budowanie grupy klientów powracających, którzy będą wielokrotnie dokonywali zakupów w sklepie. Spółka opiera swoje inwestycje na 4 głównych filarach: kapitale ludzkim, marketingu, technologii oraz ofercie.

Kontakt:

Artur Górski

Outdoorzy S.A. - Relacje Inwestorskie

www.outdoorzy.pl

a.gorski@outdoorzy.pl

tel. +48 501-215-243