

Sprawozdanie Zarządu z działalności Eurotel SA i Grupy Eurotel za I półrocze 2010 roku

(okres od 01-01-2011 do 30-06-2011)

Eurotel S.A. z siedzibą w Gdańsku przy ulicy Myśliwskiej 21, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonego przez Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdańsku, VII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000258070, Regon: 191167690, NIP: 586-158-45-25, powstała 1 czerwca 2006 roku jako kontynuacja działania Eurotel Sp. z o.o. powstałej w lipcu 1996 roku, która rozpoczęła działalność handlową we wrześniu 1996 roku.

Kapitał zakładowy Spółki wynosi 749 651 PLN po umorzeniu części skupionych akcji. Został w całości wniesiony i opłacony. Przed umorzeniem akcji na podstawie uchwały WZA z dnia 26 maja 2010 roku wynosił 781 250 zł.

W skład Grupy wchodzi spółka Viamind Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Taborowej 20, wpisanej do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS pod nr 0000285357, REGON 141064315 i NIP 951-222-52-44.

Eurotel SA posiada 70% udziałów w ww spółce od 8 października 2009 rok i od tej daty konsolidowany jest wynik Grupy. Cały raportowany okres podlega więc konsolidacji.

Główną działalnością Viamind Sp. z o.o. jest obsługa sieci sprzedaży w ramach operatora telefonii komórkowej PLAY poprzez sieć salonów sprzedaży i grupę doradców biznesowych.

Podstawowym przedmiotem działalności Spółki w I półroczu 2011 roku, była sprzedaż towarów i usług oferowanych przez Polską Telefonię Cyfrową Sp. z o.o. operatora sieci telefonii komórkowej Era (od 5 czerwca 2011 roku pod zmienioną nazwą T-Mobile) na postawie Umowy Agencyjnej wraz z załącznikami oraz Umowy Dystrybucyjnej wraz z załącznikami dotyczącej sprzedaży produktów bezabonamentowych pod marką TakTak i Heyah.

Pozostałe obszary działalności w tym współpraca z operatorem telefonii komórkowej PLAY, opisane zostały poniżej.

Działalność Spółki polega na sprzedaży usług i produktów znajdujących się w ofercie operatora zarówno w rynku prywatnym (dla klientów indywidualnych) jak i biznesowym (dedykowanym dla firm). Pozyskiwanie klientów odbywa się w salonach sprzedaży sieci Eurotel (w przypadku rynku prywatnego) i polega na podpisywaniu umów (nowych) o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub aneksów je przedłużających (dotychczasowymi klientami) Działalność w zakresie obsługi rynku biznesowego, prowadzona jest przez Autoryzowanych Doradców Biznesowych, którzy zwykle odwiedzają zainteresowanych klientów bezpośrednio w ich pracy.

Prowizje wypłacane są za podpisane umowy i aneksy oraz realizację różnych, zmieniających się celów określanych przez operatora. Cykl wypłat prowizji jest miesięczny, a dodatki i premie wypłacane są w cyklach kwartalnych. Prowadzone są również rekalkulacje polegające na wyliczaniu realnej ilości aktywnych umów w okresach 6 miesięcy (umowy jeszcze po 3 i 12 miesiącach) po ich podpisaniu i na tej podstawie korygowaniu wypłaconych prowizji (w górę lub odliczeń).

Za telefony sprzedawane klientom w promocjach do umów i aneksów od lipca 2011 roku wystawiane są faktury na pełną ich wartość. Po dokonaniu prawidłowej sprzedaży, operator wystawia korekty do ceny promocyjnej. Biorąc pod uwagę posiadany limit kredytowy oraz termin płatności, w większości przypadków udaje się w tym okresie dokonać rotacji towaru.

Sieć sprzedaży liczyła 202 APS na koniec czerwca 2011 roku w stosunku do 227 na koniec I półrocza 2010 roku. Zmniejszenie ilości salonów związane było z przeprowadzonym procesem optymalizacji i reorganizacji sieci sprzedaży w celu dostosowania jej struktury do potencjału i wymogów rynku. Strategią Spółki jest posiadanie salonów o najwyższej efektywności (a przez to i rentownych), dzięki czemu możliwe jest czerpanie dodatkowych zysków z tytułu realizacji zadań nakładanych przez operatora. W raportowanym okresie podpisano 42 301 nowych umów i 101 141 aneksów zaś w I półroczu 2010 roku było to 29 661 nowych umów oraz 77 214 aneksów do już istniejących.

W I półroczu 2011 roku wzrosła ilość nowych umów zarówno w wartościach wymiernych jak i jako udział w ogólnej ilości podpisanych kontraktów. Było to wynikiem zwiększenia efektywności działania salonów wynikającego zarówno z podniesienia standardów ich prowadzenia jak i przeprowadzanej optymalizacji samej sieci sprzedaży.

Liczba Autoryzowanych Doradców Biznesowych Eurotel w ramach operatora T-Mobile na koniec raportowanego okresu wyniosła 85 zaś w analogicznym okresie ubiegłego roku było to 106 osób. Koordynacja ich pracy prowadzona była przez 9 regionalnych Autoryzowanych Centrów Biznesowych. Ilość doradców zmniejszyła się praktycznie tylko ewidencyjnie, gdyż dokonano eliminacji tzw. „pustych kodów” dla osób, które nie prowadziły aktywnej sprzedaży.

W kategorii produkty pre-paid sprzedawane są w salonach własnej sieci sprzedaży jak i do odbiorców zewnętrznych, głównie hurtowych, produkty pod marką TakTak i Heyah. Są to zestawy telefonu z kartą, same karty z numerem oraz kupony lub jednostki uzupełniające wartość i ważność kont wspomnianych telefonów. Na sprzedaży tych produktów Spółka uzyskuje marże handlowe, które pozostają w Spółce w momencie sprzedaży. Łączna sprzedaż wymienionego asortymentu w raportowanym okresie wyniosła 6 872 tys. zł w stosunku do 8 637 tys. zł w I półroczu 2010 roku. Zmniejszenie sprzedaży wynikało z lepszej oferty na usługi abonamentowe oraz mniejszej ilości salonów sprzedaży własnej sieci.

Sprzedaż akcesoriów i telefonów bez abonamentu (open market – OM) prowadzona jest w sieci własnych salonów sprzedaży jak i punktach partnerskich. Na sprzedaży tego rodzaju produktów Spółka Dominująca uzyskuje marże handlowe. Eurotel nie zajmuje się redystrybucją tych produktów dla odbiorców hurtowych. Wielkość sprzedaży rośnie z roku na rok dzięki inwestycjom Spółki w dedykowane ekspozytory do salonów sprzedaży oraz bezpośredniej współpracy z producentami sprzętu. Sprzedaż tego działu sukcesywnie rośnie, co związane jest ze zmianami na rynku m.in. wprowadzeniem pełnej odpłatności za telefony czy działaniami wspierającymi sprzedaż jak wprowadzenie wspomnianych ekspozytorów na telefony i akcesoria do salonów sprzedaży Eurotel oraz uruchomienie własnego sklepu internetowego pod nową marką mobile2.pl

Dodatkowa działalność Spółki Dominującej to dystrybucja doładowań telefonów komórkowych działających w systemach bezabonamentowych (pre-paid) w formie elektronicznej za pośrednictwem specjalnych terminali działających głównie w oparciu o łączność bezprzewodową. Terminale instalowane są na podstawie stosownych umów o współpracy w różnego rodzaju sklepach i punktach usługowych, zapewniających dużą liczbę potencjalnych klientów. Punkty te tworzą niezależną do istniejących salonów operatora Era sieć sprzedaży. Oprócz doładowań wszystkich znaczących operatorów, niektóre terminale posiadają dodatkowe funkcjonalności pozwalające na dokonywanie za ich pośrednictwem płatności za rachunki oraz realizację transakcji kartami płatniczymi. Eurotel zarządził 377 takimi terminalami na koniec czerwca 2011 roku.

Sieć ta generowała przychody ze sprzedaży towarów dla Spółki w wysokości 4 829 tys. zł w I półroczu 2011 roku, a w analogicznym okresie ubiegłego roku 6 367 tys. zł. Spadek sprzedaży związany był z mniejszą ilością terminali oraz ogólnym spadkiem sprzedaży w tym kanale. W kontekście tych zmian, słusznym wydaje się wprowadzenie amortyzowania tego składnika majątku od początku 2011 roku.

Eurotel SA jest również autoryzowanym przedstawicielem Telewizji Nowej Generacji „n” oferującej transmisję przekazu satelitarnego programów telewizyjnych w formacie cyfrowym w wielu przypadkach w standardzie wysokiej rozdzielczości HD. Współpraca polega na obsłudze logistycznej i organizacyjnej sieci punktów sprzedaży oferujących usługi tego operatora. Są to również punkty niezależne od posiadanej sieci salonów operatora Era i zlokalizowane są w salonach RTV, serwisach urządzeń satelitarnych itp. Eurotel posiada też dedykowane stoiska wolnostojące w formie „wysp” w centrach handlowych. Łącznie sieć tworzyło 39 punktów sprzedaży niezależnych od innych sieci obsługiwanych przez Grupę. Na koniec czerwca 2011 roku podpisano 3410 nowych umów zaś w I półroczu 2010 roku 3217 umów w ramach tej działalności.

Spółka Dominująca uzyskuje coraz większe przychody przez podpisywanie aneksów do już istniejących umów, a wzrost nasycenia rynku powoduje potencjalne zwiększenie możliwości generowania przyszłych przychodów. Znaczenie tego źródła przychodów jest coraz bardziej widoczne i przejawia się jego wzrostem ilościowym w globalnej liczbie podpisanych umów.

W I półroczu 2011 roku Grupa Eurotel wykazała wzrost wielkości we wszystkich najważniejszych kategoriach zarówno w odniesieniu do przychodów ze sprzedaży usług jak i zysku netto. Wynikało to nie tylko z konsolidowania wyniku z rezultatami osiągniętymi przez spółkę zależną działającą w ramach operatora PLAY, ale również w związku ze wzrostem wyników samej jednostki nadrzędnej. Szczególnie I kwartał był dobry dla Eurotel SA, nie tylko w porównaniu do I kwartału 2010 roku, ale w wartościach bezwzględnych również. Wynik ten był efektem zarówno dobrej oferty dla klientów jak i wprowadzeniem zmienionych zasad funkcjonowania systemu wypłacania prowizji w którym Spółka mogła realizować większą część planów nakładanych przez operatora i czerpać dodatkowo korzyści z różnego rodzaju bonusów. Pozytywną informacją jest również zwiększenie ilości podpisanych kontraktów (zarówno same nowe umowy jak i aneksy), co wskazuje na poprawę sprawności działania sieci sprzedaży i nadal istniejący w niej potencjał.

W omawianym okresie nastąpił istotny wzrost ilości salonów sprzedaży spółki zależnej Viamind działającej w ramach operatora PLAY. Na koniec I półroczu 2011 roku było 79 salonów oraz 76 Przedstawicieli Handlowych obsługujących rynek biznesowy. Wzrost wielkości sieci sprzedaży tej spółki nastąpił w sposób organiczny, co z jednej strony było tańsze niż ewentualna akwizycja, ale wpłynęło też na konieczność poniesienia kosztów na adaptacje oraz czas jaki jest niezbędny do osiągnięcia przez te salony pełnej efektywności. Viamind prowadzi równocześnie program optymalizacji sieci zbliżony do tego funkcjonującego w Jednostce Nadrzędnej, polegający na przenoszeniu lub zamykaniu nierentownych lub mało sprzedających salonów. Skutkuje to tym, że otwartych zostało znacznie więcej salonów niż wynika to z ostatecznej liczby wielkości sieci, ale część z nich została w tym czasie zamknięta. Dzięki takim działaniom możliwe jest jednak zwiększenie wielkości otrzymywanej prowizji, gdyż realizowanie jest w większym stopniu osiągnięcie celów nakładanych przez operatora.

W ramach sieci Viamind w I półroczu 2011 roku podpisano 32 237 nowych umów oraz 39 945 aneksów. Struktura sprzedaży jest więc tu całkiem inna niż w przypadku operatora T-Mobile. Więcej podpisuje się nowych umów, co wynika z bardziej agresywnej oferty, ale i krótszego czasu funkcjonowania na rynku i przez to mniejszej bazy klientów.

Oprócz rozwoju organicznego, nie jest wykluczone dokonanie akwizycji innych sieci sprzedaży w ramach operatora PLAY.

Eurotel uruchomił własny sklep internetowy w którym oferuje produkty telekomunikacyjne z branży telefonii komórkowej - głównie telefony i akcesoria do nich. Posiadanie sklepu internetowego pozwala na dotarcie do większej grupy klientów z lepiej dostosowaną ofertą, zaś przewaga konkurencyjna sklepu nad innymi polega na możliwości bezpłatnej dostawy i odbioru towaru przez klienta w jednym z kilkuset salonów Grupy. Obecnie prowadzone jest

budowanie pozycji sklepu na rynku i świadomości nowej marki pod jaką występuje. W drugim półroczu tego roku planowane jest już przeprowadzenie promocji typowo produktowych.

Eurotel prowadzi również zaawansowane rozmowy na temat wprowadzenia nowych produktów i usług do sieci swoich salonów sprzedaży w celu uatrakcyjnienia oferty i zwiększenia ilości klientów w salonach. Wprowadzane są już teraz dodatkowe usługi w postaci możliwości opłacania rachunków czy sprzedaży programów komputerowych do oferowanych komputerów.

Spółka jest cały czas otwarta na różne formy dalszego rozwoju zarówno poprzez akwizycje innych sieci sprzedaży jak i całkiem nowe projekty zarówno w ramach branży telekomunikacyjnej jak i poza nią. Posiadany potencjał i doświadczenie pozwalają na szerokie możliwości inwestycyjne w tym zakresie.

Zatrudnienie w Spółce na koniec czerwca 2011 roku wyniosło 226 osób, a na koniec I półrocza 2010 roku było to 236 zatrudnionych. Zmniejszenie ilości pracowników wiąże się ze zmniejszeniem ilości salonów własnych związaną z ich optymalizowaniem.

W ramach spółki zależnej Viamind ilość pracowników wynosiła 39 osób. Mniejsza ilość zatrudnionych wynikała z innej struktury tej sieci sprzedaży (mniejszej ilości salonów własnych).

Na koniec I półrocza 2011 roku skonsolidowany zysk netto Grupy Eurotel osiągnął 3 220 tys. zł w porównaniu do zysku w analogicznym okresie 2010 roku wysokości 2 531 tys. zł, zaś skonsolidowany bilans Grupy zamyka się sumą aktywów i pasywów w wysokości 54 224 tys. zł w porównaniu do 45 981 tys. zł w pierwszym półroczu 2010 roku.

Porównując oba pierwsze półrocza, należy zwrócić uwagę, że wygospodarowany wynik działalności związany był z „czystą sprzedażą”, a nie był osiągnięty tak jak w poprzednim okresie częściowo dzięki jednorazowemu zdarzeniu jakim była wtedy sprzedaż nieruchomości biurowej.

Spółka posiada płynność finansową. Wolne środki pieniężne lokowane były w takie bezpieczne instrumenty finansowe jak lokaty w renomowanych bankach. W związku z koniecznością zapewnienia dalszej płynności finansowej oraz potrzebą zabezpieczenia wsparcia finansowego również dla spółki zależnej, został uruchomiony kredyt w rachunku bieżącym wysokości 5 mln zł, był on wykorzystywany jednak tylko sporadycznie. Nie można jednak wykluczyć jego większego wykorzystania w przyszłości w związku z planami rozwoju sieci. Spółka nie była i nie jest stroną w żadnych transakcjach terminowych dotyczących walut. Działalność gospodarcza Spółki nie jest również bezpośrednio związana z wahaniami kursów walut.

Wahania kursów walut nie wpływają w większym stopniu na wyniki Spółki, gdyż dotyczą jedynie części salonów w jakich stawki czynszowe określone zostały w walutach obcych. Biorąc pod uwagę, że tylko 60 salonów jest bezpośrednio opłacanych przez Spółkę, a nie wszystkie z nich mają stawki czynszowe w walutach, skala tego czynnika nie jest zbyt znacząca dla stabilności Spółki, zwłaszcza w kontekście umacniania się złotego w najbliższym czasie oraz wsparciu jakiego udziela operator w zakresie niwelowania wahań kursów walut i utrzymywania kosztów salonów na porównywalnym poziomie.

Zagrożeniem dla Spółki jest w pewnym stopniu uzależnienie od jednego głównego dostawcy (Polska Telefonia Cyfrowa S.A.). Zagrożenie to jest jednak coraz mniejsze i raczej teoretyczne. Pozycja Spółki w ramach operatora T-Mobile, jest bardzo silna, gdyż sieć sprzedaży Eurotel stanowiąca ok. 30% sieci dealerskiej operatora powoduje, że operator będzie również zainteresowany utrzymaniem w dobrej kondycji tak znaczącej części swojej sieci sprzedaży.

Od początku 2011 roku obowiązuje nowy system prowizyjny, który nie jest jeszcze najbardziej optymalny dla Spółki, ale pozwala jej już lepiej konkurować z mniejszymi podmiotami oraz wykorzystać częściowo potencjał wynikający ze skali działania oraz struktury właścicielskiej posiadanej sieci sprzedaży.

Zmiana nazwy operatora Era na T-Mobile nie wiązała się z koniecznością pokrycia jej kosztów przez Eurotel, gdyż koszty te w całości pokrywał operator. Zmiany jakie miały nastąpić w ofercie powodowały jednak w połowie II kwartału oczekiwanie klientów na dokonanie zakupu do momentu zmiany marki. W pewnym stopniu rozpoznawalność nowej marki nie jest jeszcze tak duża jak poprzednio, co wpływa w jakimś stopniu ciągle na mniejszy potencjał sprzedaży. Prowadzone kampanie reklamowe jak i oferta służyć miały właśnie temu, aby głównie budować markę.

W drugiej połowie roku Zarząd Spółki oczekuje zwiększenia zysków w stosunku do pierwszego półrocza z tytułu sezonowego wzrostu sprzedaży oraz zmianami deklarowanymi przez operatora sieci T-Mobile w zakresie oferty bardziej usługowo - produktowej. W przypadku dokonania znaczącego wzrostu sieci poprzez akwizycje lub rozpoczęcie innego nowego projektu, poziom wzrostów może być jeszcze zwiększony zwłaszcza w ramach spółki zależnej.

Współpraca z innym operatorem (PLAY) daje szansę na dalszy rozwój i ma zmniejszać również skalę znaczącego wpływu operatora T-Mobile na działalność Spółki. Sieć sprzedaży Viamind działająca w ramach operatora PLAY w dalszym ciągu zwiększa skalę swojego działania i w drugiej połowie roku będzie wykazywała jeszcze większą dynamikę zysków, która będzie związana nie tylko z cyklicznością sprzedaży w drugim półroczu, ale również wspomnianą optymalizacją sieci. Szczególnie pozyskanie kilku dobrych salonów sprzedaży przez Viamind w I półroczu powinno spowodować przyrost przychodów w drugiej połowie roku.

Spółka prowadzi rozeznanie rynku odnośnie możliwości dalszego zwiększania ilości salonów działających w sieci PLAY zarówno w sposób organiczny jak i poprzez akwizycje. W ramach operatora PLAY istnieje stosunkowo duże rozdrobnienie. Finansowanie tego typu transakcji będzie możliwe przez posiadane środki własne jak i niewykorzystaną linię kredytową. Przeprowadzenie takiej transakcji pozwoliłoby na osiągnięcie wiodącej pozycji również u tego operatora oraz na większą stabilność przychodów w Grupie i zmniejszenie uzależnienia od jednego dostawcy.

Spółka w raportowanym okresie jak i obecnie zachowuje pełną płynność finansową i terminowo reguluje swoje zobowiązania.

W najbliższej przyszłości nie zagrażeń dla działalności Spółki o jakich Zarząd miałby wiedzę.

Pozostałe informacje dotyczące sytuacji w Spółce i osiągniętych wynikach, podane są w kolejnych załącznikach do raportu okresowego za I półrocze 2011 roku.

Gdańsk, dn. 31.08.2011 r.


Eurotel S.A.
PRZEDSIĘBIORCA
ZARZĄDU
Tomasz Stepokura


EUROTEL S.A.
VICEPREZES ZARZĄDU
Tomasz Basinski