

Wyniki 1H2013 r.

 **TelForceOne**
future of the mobile technology

SPIS TREŚCI:

Biznes i rynek.....	3
Wyniki 1H 2013.....	11
Plany na 2013.....	15
Załącznik.....	16

GRUPA KAPITAŁOWA TELFORCEONE PO 1H 2013

Znaczący wzrost wyników Grupy, zarówno pod względem biznesu jak i finansów:

25,5% wzrostu skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży 1H2012/1H2013 do poziomu **65,5 mln zł**

188% wzrost zysku netto r/r do poziomu **1,39 mln zł**

Zmniejszenie zadłużenia kredytowego w ciągu 1H2013 r. o **124 tys. zł**

Duża elastyczność finansowa dzięki nowym liniom kredytowym **5,35 mln zł**

Sieć Teletorium liczy 119 punktów – wzrost o 18% r/r.

W pierwszym półroczu otwarto 8 nowych punktów.

Ponad 60 tys. sprzedanych telefonów myPhone w 1H2013 r.

Ponad 26 tys. sprzedanych tableatów myTab w 1H2013 r.

**Największy polski producent i dystrybutor telefonów GSM
oraz akcesoriów i elektroniki mobilnej**

RÓWNOWAGA SIŁNYCH MAREK WŁASNYCH ORAZ PRODUKTÓW DYSTRYBUOWANYCH

Elektronika mobilna, akcesoria i telefony GSM	Elektro-RTV, oświetlenia LED	Materiały eksploatacyjne do drukarek
Marki	Produkty	Produkty
myPhone myTab Forever GreenGo MaxLife Forever Light TF1 TelForceOne	Żarówki LED Taśmy LED Oświetlenie zewnętrzne LED Specjalizowany asortyment LED Akcesoria LED	Tonery kompatybilne Tonery producenckie Tonery kopiarkowe Tonery w butelkach i workach Tusze kompatybilne Tusze producenckie Zestawy do napełniania tuszy Chemia i Akcesoria Folie TTR Papiery Tasiemki

BEZPIECZEŃSTWO PRZYCHODÓW DZIĘKI MOCNEJ DYWERSYFIKACJI ODBIORCÓW

Wielkoformatowe sieci handlowe
o ogólnokrajowej skali działania
oraz specjalistyczne sieci branży GSM

Wysoki stopień **dywersyfikacji odbiorców**
hurtowych.

Spółka **nie jest** uzależniona od jakiegokolwiek
dostawcy lub odbiorcy.

Umowy ramowe podstawa współpracy (część
z nich zakłada pełne zrządzenie półką i portfolio
produktów w ramach obsługiwanych grup
towarowych).

Programy zaawansowanej obsługi logistycznej
i dedykowanych usług outsourcingowych
sieciowych odbiorców GSM – znaczna **przewaga**
konkurencyjna spółki.

Ponad 3.000 kontrahentów

Sieci handlowe - **25**

Sklepy w 10 sieciach operatorów – ponad **2.000**

Sklepy nieautoryzowane przez operatorów GSM –
ponad **1.000**

Sklepy internetowe i sprzedawcy Allegro – ponad **200**

Hurtownie GSM - **50**

Polscy i zagraniczni odbiorcy materiałów
eksploatacyjnych do drukarek – ponad **400**

Sklepy i hurtownie elektro-oświetleniowe - ponad **130**

Dystrybutorzy akcesoriów RTV i oświetlenia LED - **60**

Kluczowi partnerzy:



Dostawy akcesoriów
GSM realizowane
przez CPA Czechy
(Europa Środkowa)



Sprzedaż telefonów
komórkowych marki
myPhone oraz
tabletów myTAB

PONAD POŁOWA SPRZEDAŻY POCHODZI Z ZAGRANICY

Czechy i Słowacja - przeszło **20%** skonsolidowanych przychodów;

łącznie eksport realizowany jest do **32 krajów**, w większości europejskich;

W 2012 r. Grupa weszła także na rynek hiszpański, szwedzki i rosyjski.

Segmentacja eksportu

Materiały eksploatacyjne i akcesoria GSM

Europa Zachodnia

Aparaty myPhone

Europa Środkowo-Wschodnia

Czechy	Węgry	Portugalia
Niemcy	Łotwa	Norwegia
Francja	Estonia	Chorwacja
Słowacja	Szwecja	Austria
Litwa	Słowenia	Cypr
Włochy	Belgia	Luksemburg
Grecja	Rumunia	Wlk Brytania
Finlandia	Hiszpania	Malta
Szwajcaria	Ukraina	Izrael

EFEKTY DZIAŁANIA STRATEGII

Utrzymanie dominacji aparatów myPhone w segmencie Simple Life.

Utrzymanie pozycji lidera w segmencie akcesoriów mobilnych.

Wykorzystanie nisz rynkowych.

Założenia strategii

Stały rozwój oferty produktowej.
Nowoczesne metody zarządzania wspierające optymalizację kosztów działalności operacyjnej.

Reinwestowanie zysków z lat 2009-2012.

Szybka reakcja na pojawianie się nowych technologii oraz zmiany preferencji klientów.

Egzekucja strategii

Efekty strategii

Wzrost rentowności i przychodów.

Wysoce stabilna działalność operacyjna i sytuacja finansowa, utrzymana płynność.

Dobre finansowanie transakcji.

Bardzo dobrze przyjęte przez rynek nowe produkty.

Dobrze zdywersyfikowana sieć odbiorców hurtowych, brak uzależnienia od jakiegokolwiek dostawcy.

Trwale rentowny i rozwojowy segment retail (Teletorium).

Zacieśnione relacje z sieciami handlowymi.

myTAB – KOLEJNE PREMIERY

11 marca 2013 roku myPhone wprowadził na polski rynek nowy produkt – tablet **myTAB 10 DualCore**. Charakteryzuje się on mocnym, dwurdzeniowym procesorem Cortex-A9 oraz komponentami zapewniającymi wysoką wydajność urządzenia, co w połączeniu z atrakcyjną ceną pozwoliło na osiągnięcie kolejnego sukcesu już w momencie premiery.

Premiera handlowa myTAB 10 DualCore miała miejsce w sieci sklepów Biedronka na terenie całego kraju i poprzedzona została kampanią reklamową.

W wersji premierowej zainstalowano dodatkowo pakiet bezpłatnych aplikacji.

W pierwszym półroczu swoją premierę miał również tablet **myTAB 7 DualCore**. Spółka kontynuowała również sprzedaż pozostałych tabletów.

Tablety myTAB wprowadzone zostały na rynek przez spółkę myPhone we wrześniu 2012 roku.



MYPHONE DOMINUJE W KATEGORII APARATÓW O UPROSZCZONEJ OBSŁUDZE, ALE PRACUJE NAD SMARTFONAMI

Spółka sprzedała w 1H 2013 ponad 60 tys. telefonów myPhone (blisko 800 tys. od początku produkcyjnej działalności spółki)

W pierwszym półroczu 2013 roku spółka zapoczątkowała prace deweloperskie nad **nową serią smartfonów opartych o system Android**, charakteryzujących się wysoką jakością wykonania i zastosowanych komponentów, o wyśrubowanej specyfikacji technicznej, z autorską konfiguracją systemową.

Smartfony myPhone będą znaczącą alternatywą cenową do urządzeń wiodących producentów.

W 2012 wprowadzony na rynek został model DECO, który zdobył już 2 nagrody:

"IF PRODUCT DESIGN AWARD" (targi CeBIT 2012)

„Złoty Bell” jako najlepszy telefon dla Seniora roku 2012.



NIEUSTANNY ROZWÓJ WŁASNEGO KANAŁU SPRZEDAŻY DETALICZNEJ STABILIZUJĄCEGO BIZNES

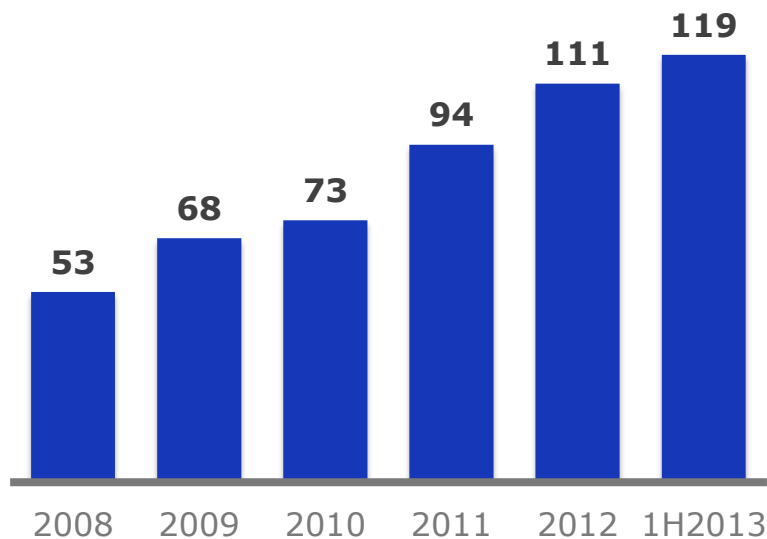
Teletorium – doskonała kondycja kanału retail równoważąca wahania sezonowe w pozostałych segmentach działalności spółki.

Systematyczny rozwój sieci i wzrost obrotów przy zachowaniu świetnego poziomu rentowności – w pierwszym półroczu 2013 roku otwarto 8 nowych placówek.



Punkty Teletorium w całej Polsce

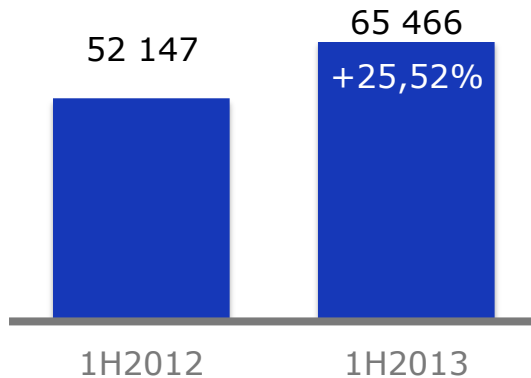
[szt., na koniec okresu]



WZROST SKONSOLIDOWANYCH PRZYCHODÓW MIMO TRUDNEJ SYTUACJI KONKURENCYJNEJ NA RYNKU

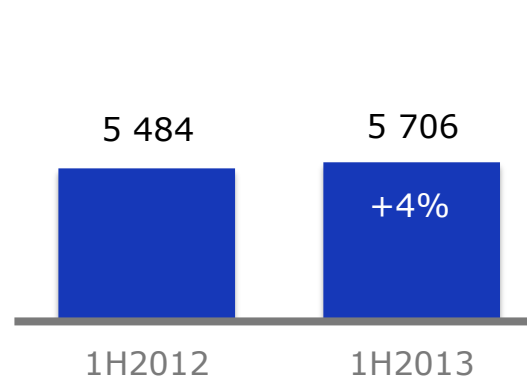
Przychody ze sprzedaży

[tys. zł]



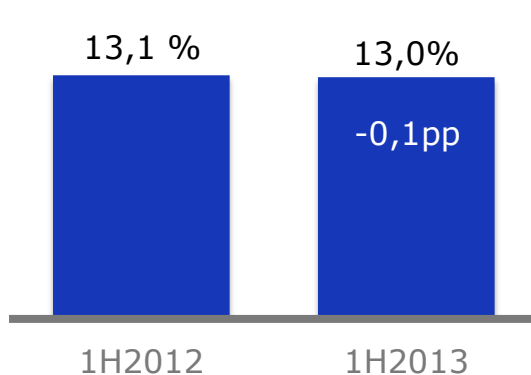
Koszty ogólnego zarządu

[tys. zł]



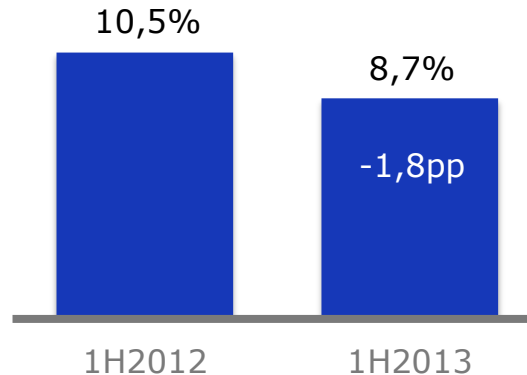
Stosunek kosztów sprzedaży do przychodów

[%]



Stosunek kosztów ogólnego zarządu do przychodów

[%]



Komentarz

Zwiększenie skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży o 25,5 % r/r i jednostkowych o 20,6 % r/r.

Utrzymanie dyscypliny finansowej w Grupie powoduje, że pomimo systematycznego trendu wzrostu obrotów o 25% następuje niewielki, niewspółmiernie niższy wzrost kosztów sprzedaży i ogólnego zarządu.

WZROST SKONSOLIDOWANYCH ZYSKÓW SZYBSZY OD TEMPA ZWIĘKSZANIA PRZYCHODÓW

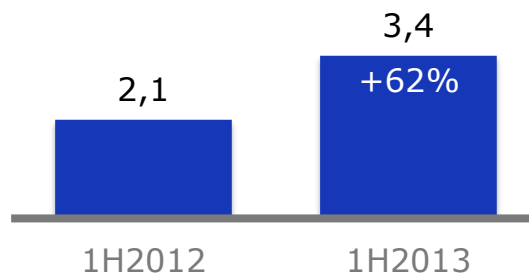
EBITDA

[mln zł]



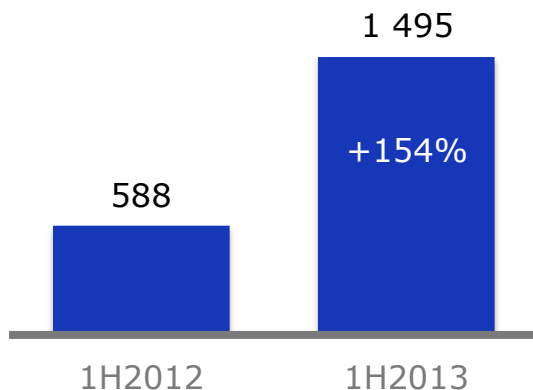
EBIT

[mln zł]



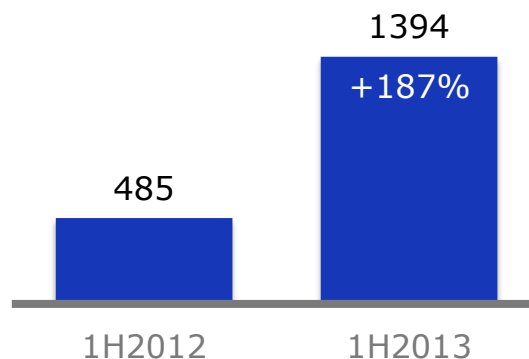
Zysk brutto

[tys. zł]



Zysk netto

[tys. zł]



Komentarz

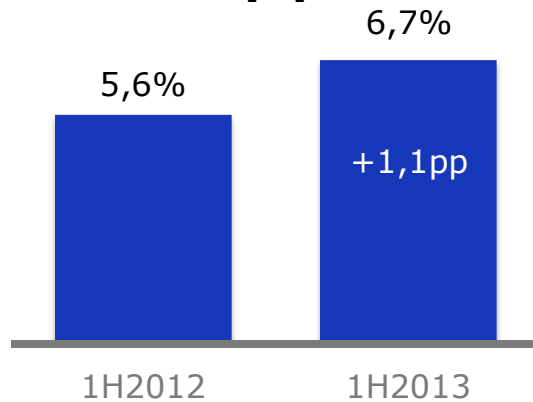
Istotny wzrost zysku brutto i netto jest pochodną znacznego zwiększenia przychodów ze sprzedaży przy jednoczesnym zachowaniu zbliżonych do ubiegłorocznych poziomów kosztów sprzedaży i ogólnego zarządu.

Zysk brutto wzrósł o 1,495 mln zł, a zysk netto o 1,394 mln zł.

WZROST MARŻ NA KAŻDYM POZIOMIE WYNIKÓW

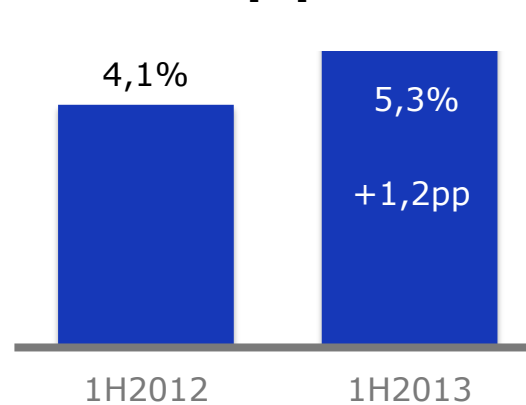
Marża EBITDA

[%]



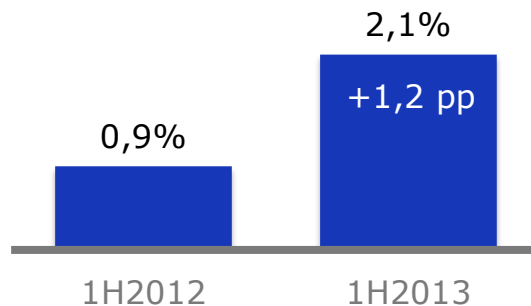
Marża EBIT

[%]



Wskaźnik rentowności sprzedaży

[%]



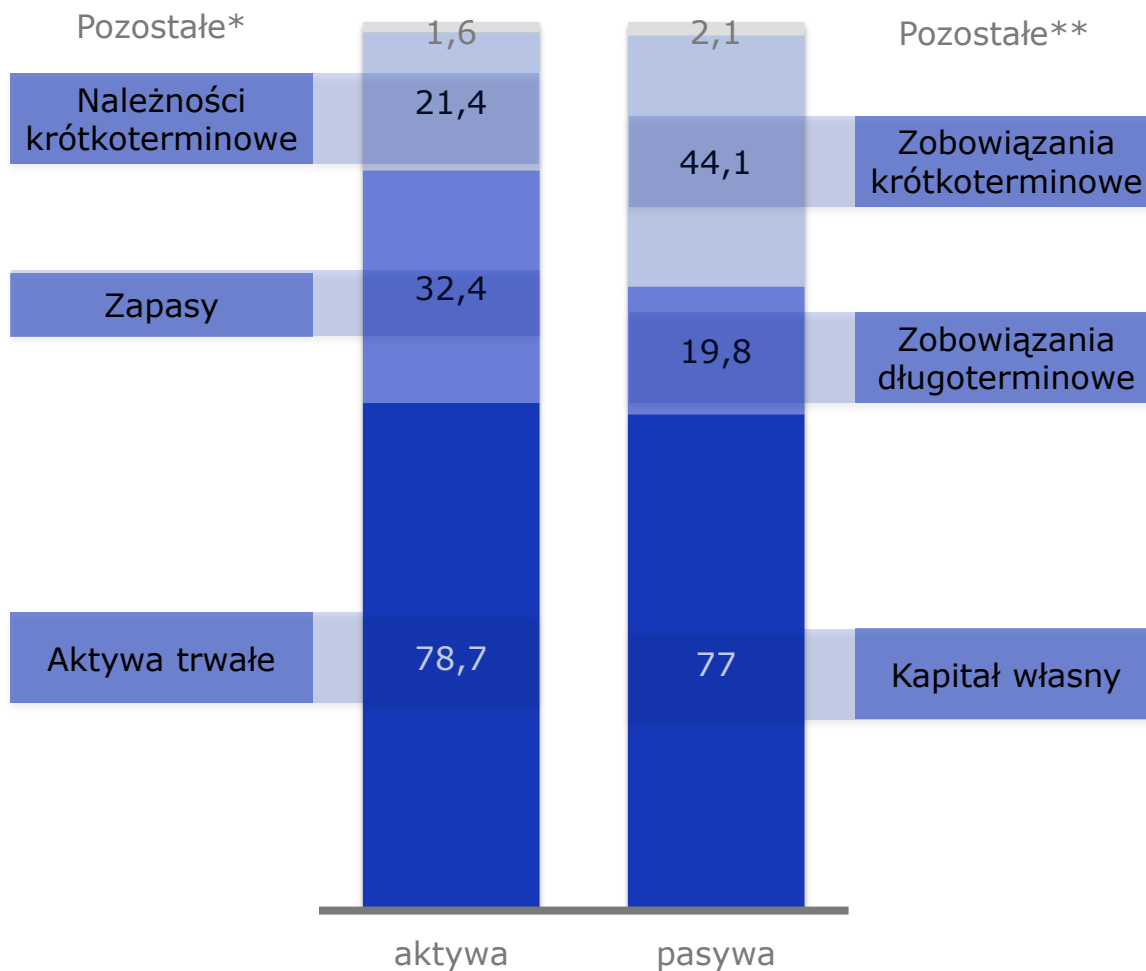
Komentarz

Zwiększenie rentowności sprzedaży wpłynęło na wzrost rentowności na wszystkich prezentowanych poziomach o ponad 1 p.p.

SUKCESYWNE OBNIŻANIE ZADŁUŻENIA

Struktura bilansu na 30.06.2013

[mln zł]



Komentarz

Grupa w pełni prawidłowo wywiązuje się ze zobowiązań z tytułu kredytów bankowych oraz wykazuje dodatnie przepływy pieniężne z działalności operacyjnej o wartości 1,86 mln zł.

Wskaźnik długu netto do EBITDA na koniec półrocza wyniósł 4,57.

* Pozostałe aktywa: 1,2 mln zł - inwestycje krótkoterminowe; 0,4 mln zł - rozliczenia międzyokresowe

** Pozostałe pasywa: 1,1 mln zł - rozliczenia międzyokresowe; 1 mln zł - rezerwy

KONTYNUACJA STRATEGII

Zasadniczym celem spółki na 2013 rok jest kontynuacja dotychczasowej strategii, która przynosi zakładane wcześniej rezultaty

Biznes:

Zarząd TelForceOne zamierza rozwijać Grupę Kapitałową w 2013 roku jedynie organicznie.

Obszarami, na które zostanie położony nacisk będą segmenty tabletów oraz telefonów komórkowych o prostej funkcjonalności.

Spółka planuje dalszą rozbudowę sieci franczyzowej Teletorium.

Zwiększenie środków obrotowych przeznaczonych na segment LED.

Finanse:

Dobra sytuacja operacyjna powinna pozwolić na sukcesywne obniżanie dotychczasowego zadłużenia. Nowe kredyty obrotowe traktowane są przez Grupę jak celowe krótkoterminowe finansowanie zadaniowe.

Zarząd będzie kontynuował działania monitorujące koszty.

Efekty strategii mają być widoczne w poprawie marż, zwiększeniu przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej i wzroście zysków.

STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ



Wyniki finansowe wszystkich spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej podlegają konsolidacji.

ISTOTNE CZYNNIKI RYZYKA

Ryzyko walutowe

Podstawową walutą rozliczeniową przy zakupie towarów jest USD. Niewielka część rozliczeń prowadzona jest w EUR. Większość wpływów ze sprzedaży osiągana jest w PLN oraz w EUR. Ryzyko braku stabilności kursu polskiej waluty do USD i Euro amortyzowane jest rosnącym udziałem przychodów w EUR. Spółka posiada umowę z Raiffeisen Bank Polska S.A. na transakcje terminowe i pochodne w zakresie zabezpieczenia kursu realizowanych własnych wybranych transakcji importowych, co pozwala na selektywne zabezpieczenie ryzyka walutowego

Ryzyko związane z wprowadzeniem nowych produktów

Aby zapobiec niepowodzeniom we wprowadzaniu nowych produktów TelForceOne sprowadza tzw. serie próbne towaru, które po weryfikacji jego jakości oraz wstępnych badaniach rynku wprowadza do oferty. W przypadku pozytywnej odpowiedzi rynku na produkt, sprowadzane są większe partie.

Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży

Spółka notuje pewną sezonową zmienność sprzedaży. Najwyższa sprzedaż w roku notowane jest w IV kwartale. Wynika z faktu znaczącego udziału w kanałach dystrybucji odbiorców będących dużymi sieciami sprzedaży detalicznej. W II kwartale wartość sprzedaży maleje, w związku z polityką magazynową większości klientów hurtowych. Sezonowość sprzedaży może wywierać wpływ na wyniki w układzie kwartalnym, jednak jest to zjawisko znane spółce i nie powoduje zachwiania ogólnej kondycji grupy

Ryzyko związane z ochroną prawną i sporami sądowymi

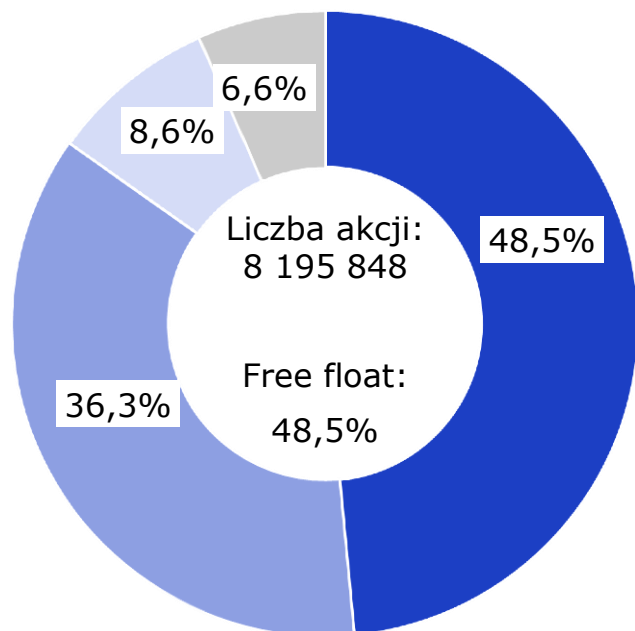
Przedmiot działalności gospodarczej Grupy Kapitałowej charakteryzuje się bardzo dynamicznym rozwojem i innowacyjnością rynkową, szczególnie we wrażliwej sferze światowej ochrony prawnej własności przemysłowej. Przy ekspansji eksportowej ryzyko to musi być postrzegane w kontekście unijnych przygotowań prawnych w zakresie jednolitego patentu oraz jednolitego sądu patentowego. Dochodzi do sporów prawnych (sądowych) w tym na tle szeroko pojętego krajowego prawa gospodarczego jak i administracyjnego. Istnieje ryzyko, iż TelForceOne bądź inna spółka a Grupy Kapitałowej mogą być stroną sporu prawnego.

Ryzyko zmian prawa podatkowego i jego interpretacji

W opinii Zarządu zarówno TelForceOne, jak i poszczególne spółki z Grupy Kapitałowej nie naruszają przepisów podatkowych. Jednakże, przypadku przyjęcia przez organy podatkowe odmiennej interpretacji przepisów podatkowych, niż interpretacja zakładana i stosowana przez TelForceOne lub przez spółkę z Grupy Kapitałowej bądź implementowana w innych krajach Unii Europejskiej, to Zarząd nie może całkowicie wykluczyć, że sytuacja taka może mieć wpływ na sytuację finansową Spółki lub całej Grupy Kapitałowej.

STRUKTURA AKCJONARIATU

- Pozostali
- Springfield Investments S.a.r.l.
- KAPS Investment Sp. z o.o.
- Sebastian Sawicki



Zarząd

Imie i nazwisko	Funkcja
Sebastian Sawicki	Prezes Zarządu
Wiesław Żywicki	Wiceprezes Zarządu
Adam Kowalski	Członek Zarządu

Rada Nadzorcza

Imie i nazwisko	Funkcja
Dariusz Ciborski	Przewodniczący RN
Olga Olkowska	Wiceprzewodnicząca / Członek RN
Paweł Płócienniczak	Członek RN
Włodzimierz Traczyk	Członek RN
Jacek Kwaśniak	Członek RN

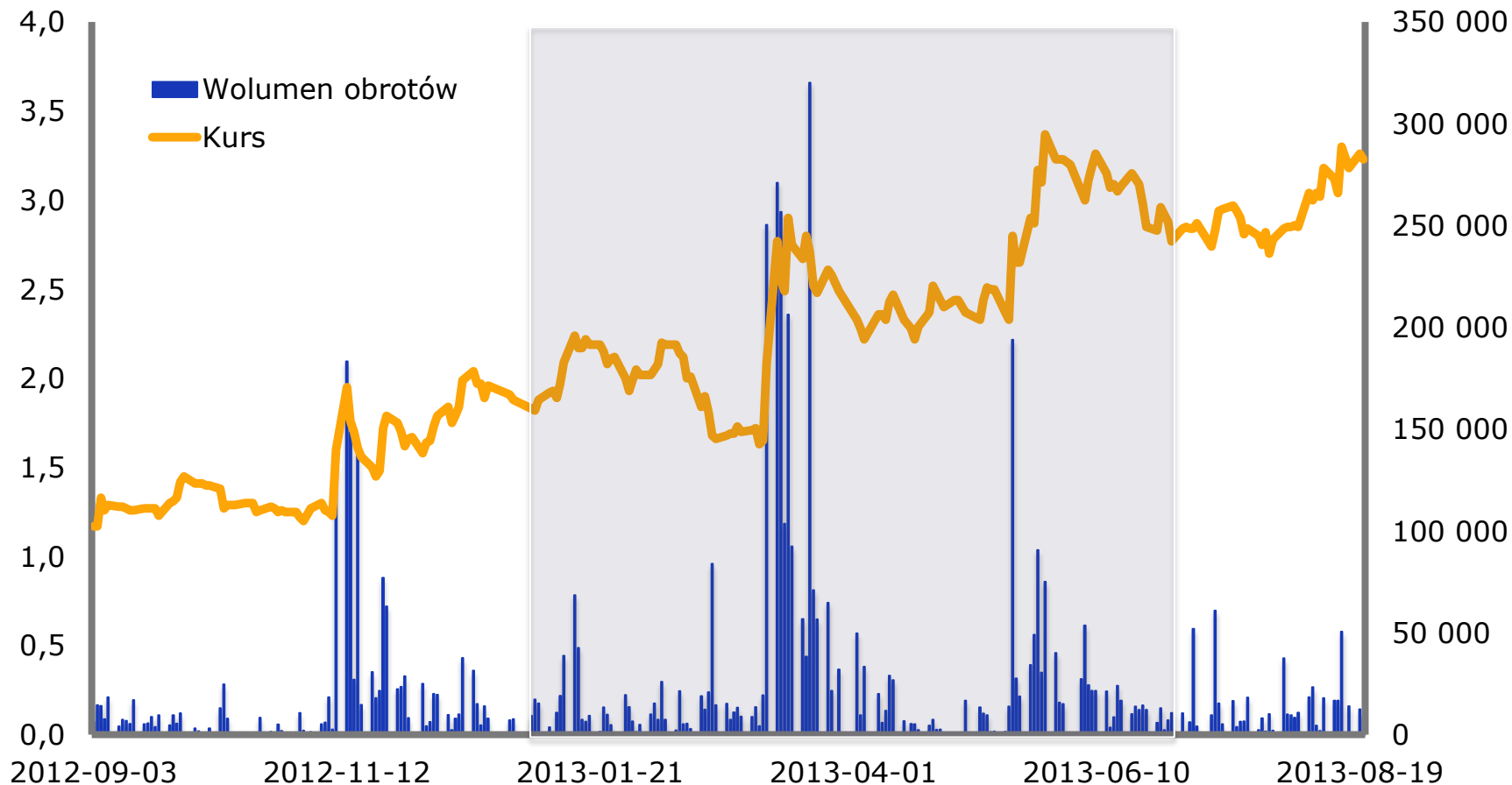
KURS, OBROTY I PODSTAWOWE WSKAŹNIKI RYNKU KAPITAŁOWEGO

Średnie obroty na sesji: 31 158

C/EBITDA: 3,3

C/Z: 13,6

C/WK: 0,34





www.telforceone.pl